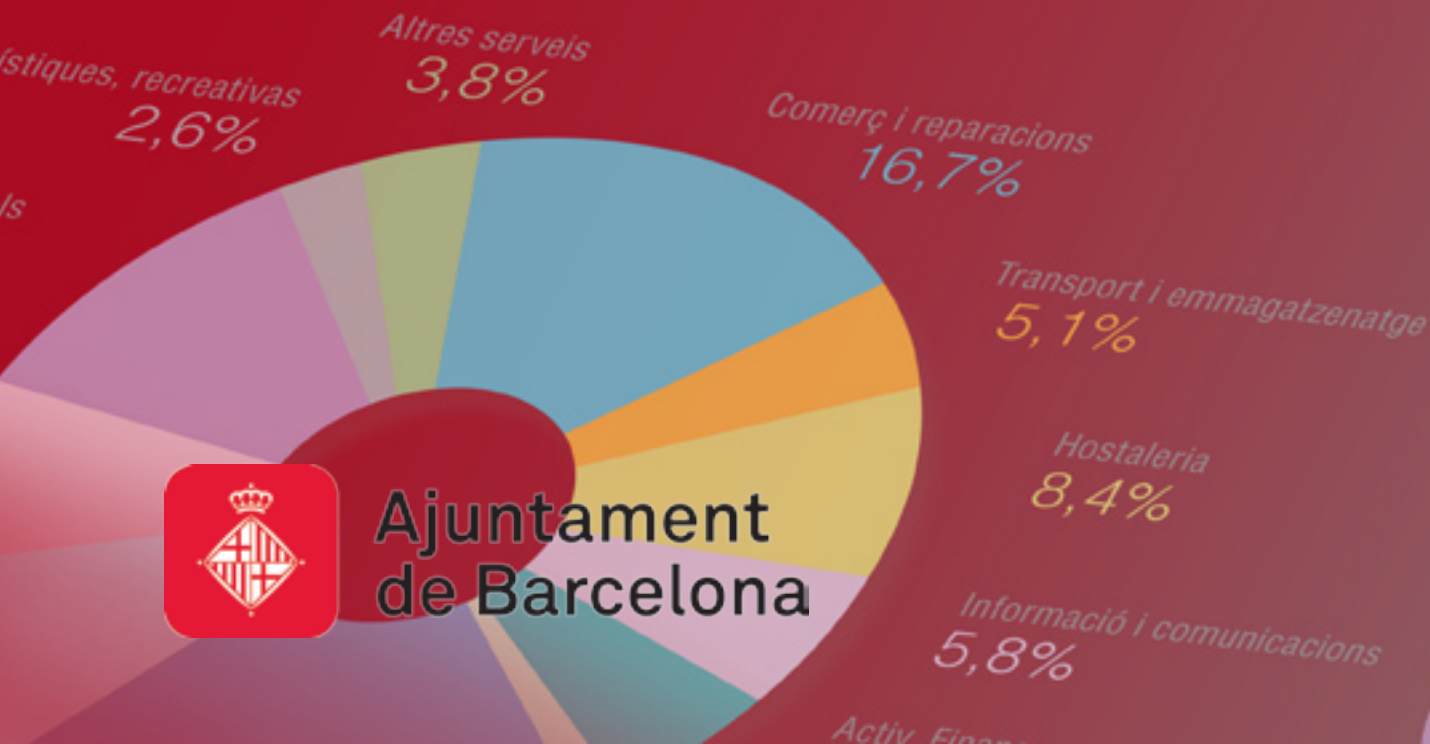


El Comerç a Barcelona 2013



Ajuntament
de Barcelona



| | |
|--|----|
| Síntesi | 8 |
| 1. Opinió | 11 |
| 2. Promoció | 13 |
| 3. Mercats Municipals | 14 |
| 4. Ciutat de compres internacional | 14 |
| El sector terciari a Barcelona | 16 |
| El comerç a Barcelona | 22 |
| 1. Ocupació al comerç 2011 | 22 |
| Anàlisi per branques | 27 |
| 2. Facturació i PIB | 29 |
| 3. Centres de cotització del comerç 2011 | 32 |
| Anàlisi per branques | 36 |
| Dimensió empresarial del sector comercial | 38 |
| 4. El sector de l'hostaleria | 41 |
| L'afiliació a la Seguretat Social en l'hostaleria | 41 |
| Centres de cotització | 47 |
| 5. Valoració qualitativa del comerç | 53 |
| 5.1. Enquesta d'opinió sobre el comerç mitjançant l'Òmnibus Municipal 2013 | 53 |
| Valoració sobre el comerç | 54 |
| L'atenció segons el tipus de comerç | 56 |
| Grau d'importància de diferents aspectes comercials | 57 |
| Hàbits de compra segons tipologia de productes | 58 |
| Zones comercials | 62 |
| Comerç electrònic | 63 |
| L'obertura dels comerços en diumenge | 64 |

| | |
|---|-----------|
| 5.2. Enquesta sobre l'activitat del sector comercial a Barcelona | 65 |
| Les característiques | 65 |
| L'associacionisme | 68 |
| El local comercial | 69 |
| Els serveis | 71 |
| Els horaris i les vendes | 73 |
| El personal | 74 |
| La conjuntura del sector comercial | 76 |
| 5.3. Enquesta sobre l'activitat del sector de la restauració 2013 | 79 |
| Característiques dels establiments | 79 |
| L'associacionisme | 80 |
| El local | 82 |
| Els serveis | 83 |
| El personal | 85 |
| La conjuntura | 86 |
| 5.4. Altres estudis | 90 |
| Indicadors de Comerç a Barcelona (ICOB) | 90 |
| 6. Promoció del comerç | 91 |
| 6.1. Premi "Barcelona, la millor botiga del món" | 91 |
| Premi a "la millor iniciativa empresarial comercial de l'any" | 92 |
| Premi a "la millor iniciativa agrupada de dinamització comercial" | 93 |
| Menció especial del Jurat | 94 |
| Premi Albert González a la "tasca de contribució i coneixement del comerç de la ciutat" | 95 |
| Premi al "model comercial sostenible" | 96 |
| Premi al "comerç cultural de proximitat" | 97 |
| Premi al "millor establiment comercial de l'any" | 98 |

| | |
|--|------------|
| 6.2. La campanya de Nadal | 99 |
| 6.3. Campanyes publicitàries | 101 |
| 6.4. Programa el comerç i les escoles | 103 |
| 6.5. Pla de protecció i suport als establiments emblemàtics | 106 |
| 6.6. La xarxa comercial de la ciutat de Barcelona | 108 |
| 6.7. Subvencions al comerç | 109 |
| 6.7.1. Subvencions de proximitat i promoció econòmica | 109 |
| 6.7.2. Campanya promocional de dinamització en zones afectades per obres | 110 |
| 6.8. Comunicació: web i xarxes socials | 111 |
| 7. Els mercats municipals | 112 |
| Barcelona, ciutat de mercats | 112 |
| Projectes més destacats | 113 |
| Afluència de públic als mercats | 118 |
| Rejoeniment d'operadors | 120 |
| Projectes internacionals | 121 |
| Accions de promoció i responsabilitat social | 122 |
| Comunicació | 124 |
| Ubicació dels mercats municipals a Barcelona | 127 |
| 8. El comerç electrònic | 128 |
| Comerç electrònic de les empreses a Espanya | 131 |
| Comerç electrònic de les empreses a Catalunya | 134 |
| Comerç electrònic de les llars de Catalunya | 139 |
| Comerç electrònic a Barcelona | 144 |
| 9. Barcelona, ciutat de compres internacional | 147 |



Xavier Trias
Alcalde de Barcelona

Barcelona té una economia diversificada amb sectors tradicionals molt competitius, com el comerç, que ens enriqueix com a ciutat i ens fa atractius als ulls del món. La capital catalana gaudeix d'un model comercial propi, un comerç de proximitat, professional, plural, dinàmic i innovador, molt ben valorat pels barcelonins i barcelonines, tal com posa de manifest l'Informe de Comerç 2013.

Aquest document revela també que, malgrat que comencem a albirar signes de millora, una de les principals preocupacions d'aquest sector segueix sent la crisi econòmica i social que estem vivint, amb unes taxes d'atur molt elevades. El comerç també està immers en una situació complexa i de grans canvis, que l'obliguen a adaptar-se als nous hàbits de consum.

Com sabeu, la principal prioritat de l'Ajuntament de Barcelona és la reactivació econòmica i la creació de llocs de treball. Per això, l'any 2013 vàrem impulsar el Pla d'Impuls i Suport al Comerç, que recull un conjunt d'actuacions orientades a preservar el model de comerç de la ciutat i ajudar-lo a superar la difícil situació actual. Des de la seva implantació, ja són moltes les mesures que s'han anat desenvolupant i que han revertit de forma positiva en el teixit comercial barceloní, defensant els seus interessos i abordant els seus reptes de manera transversal i integradora.

Ara més que mai cal seguir apostant per les potencialitats de la nostra ciutat. Al costat del nostre comerç, tenim una situació geogràfica privilegiada, unes infraestructures de primer nivell, una qualitat de vida envejable i una marca de ciutat a l'alçada de les grans capitals mundials. Tenim els actius per ser motor de creixement i la voluntat decidida de posar-los al servei de la reactivació econòmica, perquè Barcelona i el seu comerç continuïn sent admirats arreu del món.



Raimond Blasi

Regidor de Comerç, Consum
i Mercats

Ens trobem davant d'una nova edició de l'*Informe Comerç 2013*, un document que ens permet fer una radiografia del comerç i constatar, una vegada més, la importància que aquest sector té per a l'economia de la ciutat i la seva projecció internacional, a banda del seu rol social, urbà i territorial i el seu caràcter associatiu i participatiu.

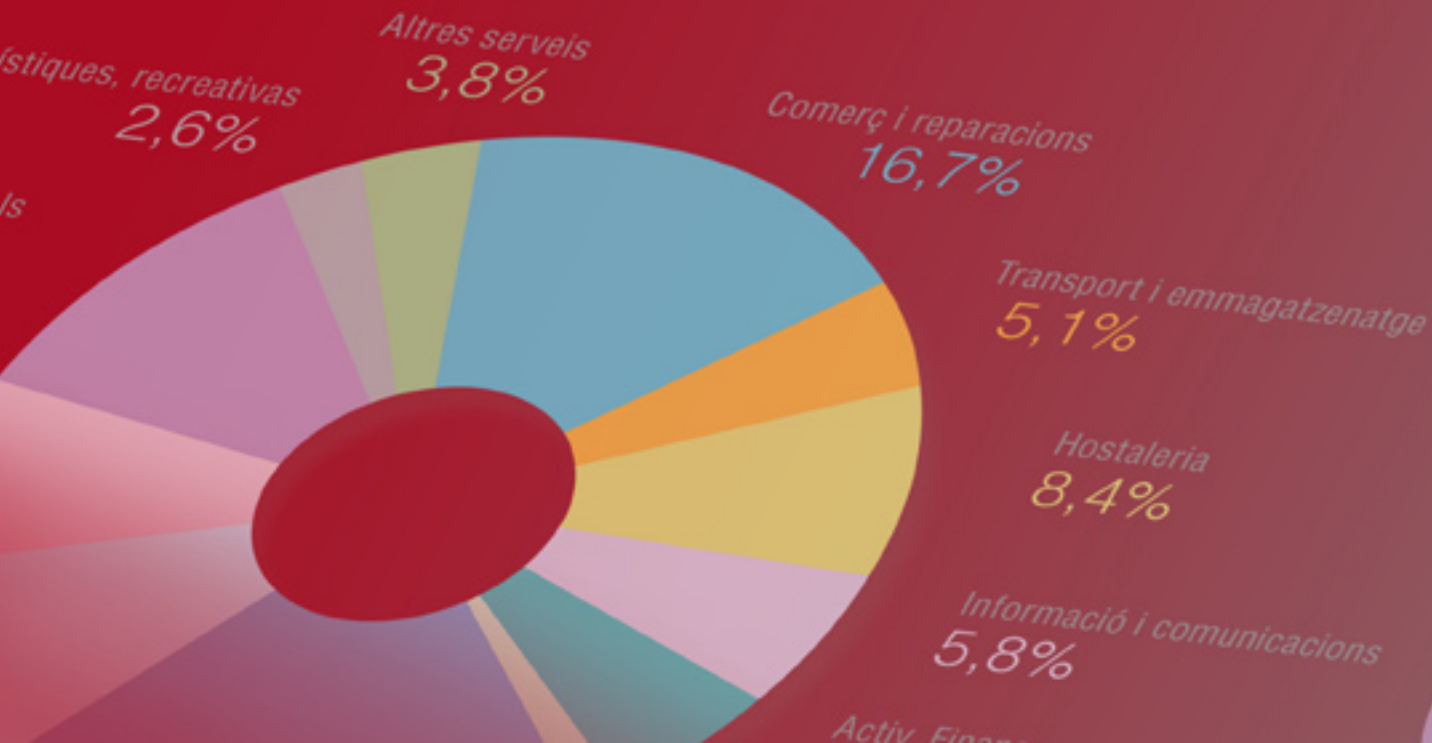
Per una banda, les dades quantitatives mostren un sector madur, on el seu pes en el conjunt dels llocs de treball es manté en un 15,1 %. El comerç constitueix la primera activitat econòmica de la ciutat quant a nombre de centres de cotització i representa prop de la quarta part (22,8 %) del total.

Per altra banda, el document revela una tendència estable i molt favorable en la percepció que els ciutadans tenen del comerç de la ciutat. Aspectes com l'oferta comercial o l'atenció rebuda reben una valoració mitjana de 7,8 sobre 10 i permeten afirmar que el model de comerç de proximitat és més viu que mai.

Al costat d'aquest comerç proper i implicat amb la ciutat i els barcelonins, trobem un comerç que mira cap enfora, que representa una de les millors cartes de presentació de cara als visitants i que projecta la marca Barcelona arreu. La capital catalana es consolida com una ciutat de compres internacional, amb un increment del 28,72 % del total de despesa respecte l'any 2012.

Totes aquestes dades ens encoratgen a seguir treballant per impulsar polítiques municipals dirigides als professionals del món del comerç. El programa *El Comerç i les Escoles*, la Mesura de Govern del Pla de Protecció i Suport als Establiments Emblemàtics, la concessió de subvencions al comerç o el suport a les associacions de comerciants afectades per obres de llarga durada són alguns exemples de la decidida aposta municipal per liderar, amb la necessària complicitat del sector, un futur ple de reptes però també d'oportunitats.

Síntesi 2013



SÍNTESI

- L'any 2013 el terciari de Barcelona crea llocs de treball i reverteix la tendència a la destrucció neta d'ocupació que havia experimentat a la ciutat des de 2008.
- L'hostaleria mostra un dels majors augments sectorials de l'ocupació a Barcelona (+2,8%), després del lleuger retrocés del 2012. De fet, es tracta del sector de la ciutat amb millor evolució d'aquest indicador durant la crisi, ja que registra un creixement dels assalariats del 7,4% en el període 2008-2013.
- El 2013 el comerç ocupa 141.551 persones a la ciutat de Barcelona, de les que 88.792 treballen al sector minorista (el 62,7% del total) i 52.759 (el 37,3%) al majorista.

Afiliats a la Seguretat Social en el Comerç a Barcelona / 4t Trimestre 2013

| | Règim General 4t trim. 2013 | Variació (%) Interanual | Autònoms 4t trim. 2013 | Variació (%) Interanual | TOTAL 4t trim. 2013 | Variació (%) Interanual | Pes del sector (%) s/Barcelona |
|------------------|--------------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|------------------------|----------------------------|-----------------------------------|
| Comerç majorista | 44.135 | -1,11 | 8.624 | -1,11 | 52.759 | -1,11 | 5,63 |
| Comerç minorista | 71.651 | -0,85 | 17.141 | -0,76 | 88.792 | -0,54 | 9,48 |
| Total comerç | 115.786 | -0,95 | 25.765 | -0,13 | 141.551 | -0,76 | 15,11 |

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

- El pes del comerç en el conjunt dels llocs de treball de la ciutat es manté a finals del 2013 en un 15,1% -que es distribueix entre un 9,5% del comerç minorista i un 5,6% del majorista- el que mostra la importància cabdal d'aquest sector madur en l'economia barcelonina.
- La facturació del comerç a la ciutat de Barcelona s'ha reduït en un -0,4% l'any 2013 i ha assolit un volum de negoci de 33.358 milions d'euros. Si es corregeix l'efecte de la variació de preus, la facturació del comerç en termes reals experimenta un decrement del -1,9% respecte a l'any anterior i modera la tendència descendent que ja havia mostrat al bienni anterior.

| Facturació del comerç Barcelona 2013 | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------|
| | Facturació 2013 (milions d'euros) | Variació (%) 2013/2012 |
| Comerç minorista | 11.457 | -0,30 |
| Comerç majorista | 21.901 | -0,45 |
| Total comerç | 33.358 | -0,40 |

Font: Estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'INE, Idescat i INSS

- Barcelona compta a finals de l'any 2013 amb 16.013 centres de cotització al comerç, dels quals 10.675 (el 66,7%) pertanyen al comerç minorista i 5.338 (el 33,3%) al majorista.
- L'any 2013, el sector comerç constitueix la primera activitat econòmica de la ciutat quant a nombre de centres de cotització i representa prop de la quarta part (el 22,8%) del total. Les branques que el segueixen en el rànquing són els serveis a les empreses (18%) i l'hostaleria (10,3%).

- L'any 2013 l'hoteleria a Barcelona compta amb 71.996 afiliats a la Seguretat Social, dels quals 61.494 són assalariats i 10.502 autònoms (el 85,4% i el 14,6% del total, respectivament). El sector concentra el 7,7% del total de l'afiliació al règim general i d'autònoms de la Seguretat Social a la ciutat.

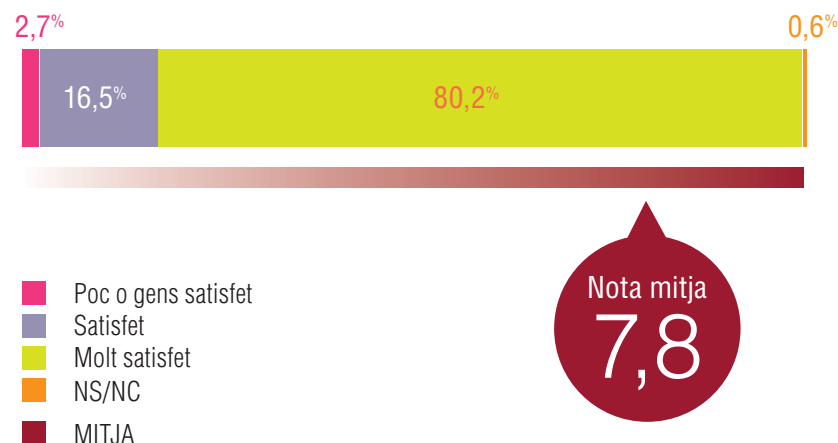
Afiliats a la Seguretat Social a l'hostaleria a Barcelona / 4t trimestre 2013

| | Règim General | Variació (%) 2012/2013 | Autònoms | Variació (%) 2012/2013 | Total | Variació (%) 2012/2013 | Pes del sector (%) 2013 |
|------------|---------------|---------------------------|----------|---------------------------|--------|---------------------------|----------------------------|
| Hostaleria | 61.494 | 2,8 | 10.502 | 1,1 | 71.996 | 2,5 | 7,7% |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

1. OPINIÓ

- L'oferta comercial (7,8), els horaris comercials (7,7) i l'atenció rebuda (7,3) són termòmetres que indiquen la satisfacció del ciutadà envers el comerç barceloní i l'evolució marca una tendència estable i molt favorable.



- El 51,5% de barcelonins considera que les botigues de barri o especialitzades són l'establiment on millor els atenen, per davant dels mercats municipals (21,0%), supermercats (12,3%), centres comercials (6,0%) i grans magatzems (2,7%).
- El 75,5% dels barcelonins afirma comprar en alguna zona comercial de la ciutat, per un 23,1% que diu que no hi va mai. Els aspectes més valorats de les zones comercials on es va comprar és la varietat (36,5%) i en segon lloc la proximitat (29,2%), així com la concentració de botigues (19,0%), l'espai (13,4%) i el tracte al client (8,6%).

- El 54,6% dels barcelonins ha comprat alguna vegada per internet, percentatge que ha anat a l'alça des de l'inici de la sèrie, amb lleus retrocessos però amb un creixement constant.
- Comerç innovador i dinàmic: El 55,7% d'aquests establiments van obrir entre 2000 i 2013, la mitjana d'antiguitat dels establiments és de 17 anys, en els darrers anys s'ha rebaixat aquesta mitjana.
- El 32,5% dels comerços està associat. Les associacions són gremials o de comerciants, i també són entitats del mateix carrer, centre o eix comercial.
- Més de la meitat dels comerços no està d'acord en obrir el diumenge, en total un 61,4%, en contraposició al 24,9% que ho veu bé i el 12,3% es mostra indiferent.
- Els responsables entrevistats manifesten espontàniament que allò que més pot afavorir la bona marxa del seu negoci en el futur són les millores de les condicions econòmiques generals (18,9%) i del poder adquisitiu (18,5%). Així com un millor tractament fiscal (12,6%), la millora del barri (7,0%), la publicitat (6,8%), el foment del petit comerç (5,2%) i la regulació de les noves obertures (4,9%).
- Gairebé tots els responsables del sector restauració opinen que la situació econòmica general perjudica a tot el sector (93,7%) i que el tipus d'interès es converteix en una altra dificultat afegida (63,4%). Per altra banda, aspectes que ajudarien a remuntar el negoci: turisme (63,4%) i creació noves àrees d'oci (45,4%)

2. PROMOCIÓ



- Durant l'any 2013 s'ha donat suport a la campanya, Barcelona, Botigues amb ànima, per aconseguir una imatge del comerç eficient i innovador adaptat a les noves realitats.
- El programa comerç i escoles té com objectiu d'afavorir el coneixement de l'entorn cultural, social i històric mitjançant el comerç del barri i de la ciutat, i alhora educar per a un consum crític i responsable, durant el curs 2013-2014 s'assoleixen xifres històriques, 72 escoles inscrites i més de 7000 alumnes participants.
- L'ajuntament de Barcelona ha aprovat la Mesura de Govern del Pla de Protecció i Suport als Establiments Emblemàtics de la ciutat. Aquesta Mesura pretén aturar aquesta pèrdua irreparable, que de ben segur s'accentuarà amb motiu del final de la moratòria de la LAU.
- L'any 2013 es preveu la concessió de subvencions a aquelles entitats que duguin a terme activitats relacionades amb el món del comerç a la ciutat de Barcelona. La quantitat destinada és de 1.200.000 euros.
- Suport a les associacions de comerciants afectades per zones amb obres de llarga durada i amb la col·laboració dels districtes per valorar la situació del comerç en la zona, el cost de les accions promocionals ha estat de 260.000€.
- L'any 2013 s'estrena un web de comerç, més accessible per les persones amb discapacitat, compatible amb diferents dispositius, més atractiu quant al disseny i amb nous apartats, les xarxes socials també hi són presents, Youtube, flickr i twitter.

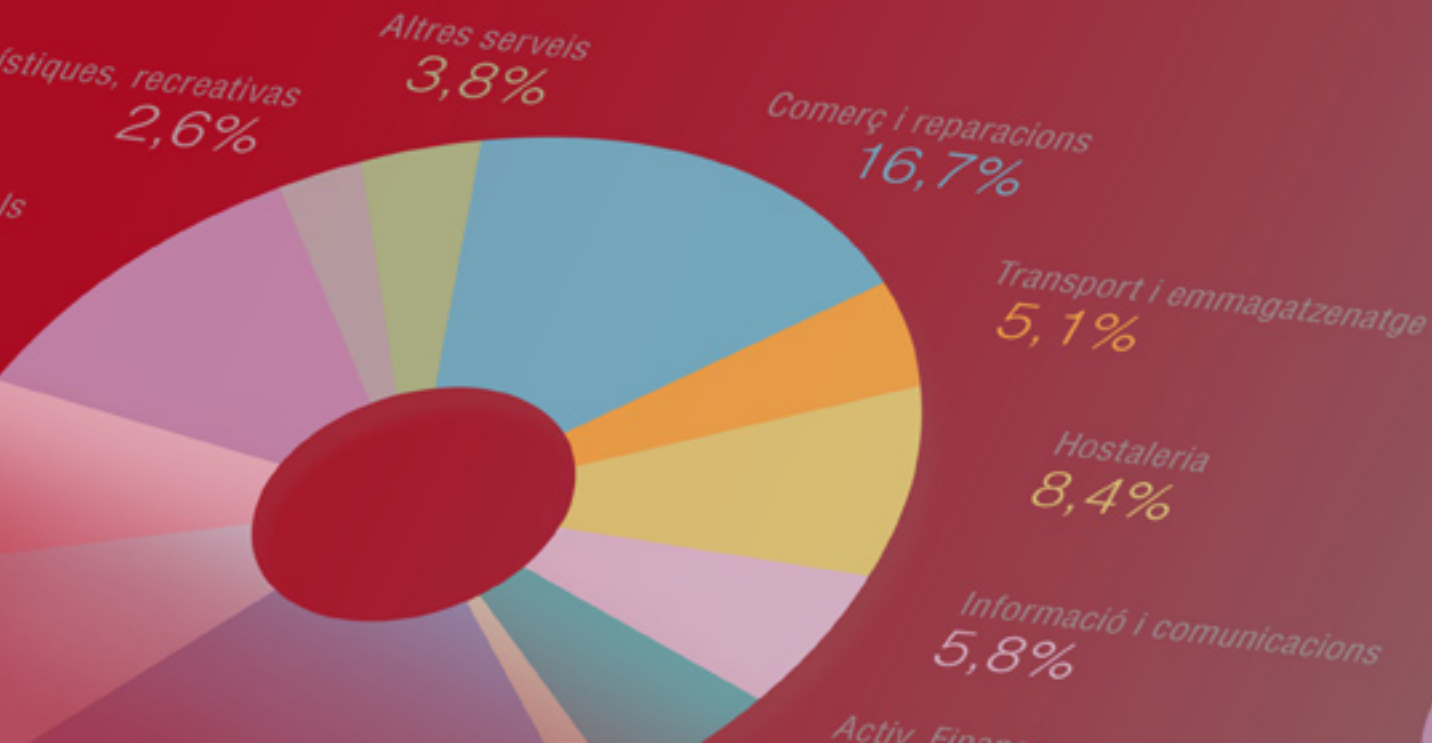
3. MERCATS MUNICIPALS

- Durant l'any 2013 s'ha pogut materialitzar una part important dels projectes del Pla d'Actuació Municipal (PAM) 2012-2015, que suposa una aposta municipal per continuar amb l'important impuls dels mercats que s'ha estat fent en els darrers anys.
- S'han reformat 22 mercats i 7 més estan en procés de remodelació, un 70% del total de la xarxa de la ciutat.
- Els barcelonins avaluen amb una puntuació de 7 els mercats municipals, la nota més alta atorgada a un servei exclusivament municipal, només per darrera del Metro i les Biblioteques.

4. CIUTAT DE COMPRES INTERNACIONAL

- El total de la despesa ha anat augmentant en el transcurs de l'any fins a arribar a una mitjana del 27,12% sobre el total de l'import i un increment sobre l'any 2012 d'un 28,72%. Aquest total duplica per sobre, a la segona província espanyola que és Madrid. Per tant, continua doblant la capital de l'estat,

El Sector Terciari 2013



EL SECTOR TERCIARI A BARCELONA

L'any 2013 el terciari de Barcelona crea llocs de treball i reverteix la tendència a la destrucció neta d'ocupació que havia experimentat a la ciutat des de 2008⁽¹⁾. Efectivament, el nombre d'afiliats al Règim General de la Seguretat Social als serveis se situa en 734.539 persones el desembre de 2013, el que suposa un augment de prop de 4.900 ocupats (+0,7%) respecte al mateix mes de 2012. Es tracta d'un resultat favorable que contrasta amb el descens accentuat d'assalariats a la construcció (-10,7%) i el més moderat de la indústria (-1,6%) -amb reduccions de més de 2.600 i 1.100 afiliats, respectivament-, i que explica que l'afiliació al conjunt de l'economia de la ciutat s'estabilitzi (+0,1%) en termes interanuals.

L'anàlisi de l'ocupació assalariada als serveis el 2013 permet constatar que la major part de branques econòmiques terciàries mostren evolucions positives: les activitats immobiliàries (+4,1%), l'administració pública i l'hostaleria (+2,8% en ambdós casos), els serveis a les empreses, l'educació i les activitats sanitàries i serveis socials (amb augments al voltant del 1,5%) i la informació i comunicacions (+0,8%), mentre que l'afiliació a les activitats artístiques i recreatives s'estabilitza. En canvi, perden llocs de treball els altres serveis (-3,6%), els transports i emmagatzematge (-2,9%), les activitats financeres i d'assegurances (-1,4%) i el comerç i les reparacions (-1,2%).

Pel que fa al sector del comerç i reparacions, el 2013 suposa una caiguda de l'ocupació (-1,2%) força més moderada que les dels anys 2012 i 2011 (-3,1% i -3,2%, respectivament). Per branques, tant el comerç al detall com l'engròs milloren el seu comportament respecte al 2012 però globalment mostren descensos en el nombre d'assalariats (-0,9 i -1,1%, respectivament) per la caiguda del consum en el cas del primer i pel context de canvi estructural en què està immers des de fa uns anys el segon. Amb tot, el comerç manté un paper clau en l'estructura econòmica de la ciutat i -juntament amb les reparacions- concentra prop del 17% dels assalariats del terciari a Barcelona.

L'hostaleria mostra un dels majors augments sectorials de l'ocupació a Barcelona (+2,8%), després del lleuger retrocés del 2012. De fet, es tracta del sector de la ciutat amb millor evolució d'aquest indicador durant la crisi, ja que registra un creixement dels assalariats del 7,4% en el període 2008-2013.

⁽¹⁾ Amb l'única excepció de l'any 2010.

Afiliats al règim general de la Seguretat Social a Barcelona en el Sector Terciari 2012-2013

| | 2012 | 2013 | Variació 12/13 | |
|-------------------------------------|---------|---------|----------------|------|
| | | | Nombre | % |
| Total serveis | 729.650 | 734.539 | 4.889 | 0,7 |
| Comerç i reparacions | 123.977 | 122.515 | -1.462 | -1,2 |
| Transports i emmagatzematge | 38.295 | 37.167 | -1.128 | -2,9 |
| Hostaleria | 59.840 | 61.494 | 1.654 | 2,8 |
| Informació i comunicacions | 42.249 | 42.578 | 329 | 0,8 |
| Activ. financeres i d'assegurances | 38.797 | 38.261 | -536 | -1,4 |
| Activitats immobiliàries | 9.747 | 10.150 | 403 | 4,1 |
| Serveis a les empreses | 155.094 | 157.673 | 2.579 | 1,7 |
| Administració pública | 74.463 | 76.573 | 2.110 | 2,8 |
| Educació | 59.082 | 59.979 | 897 | 1,5 |
| Activ. sanitàries i serveis socials | 80.402 | 81.487 | 1.085 | 1,3 |
| Activitats artístiques, recreatives | 18.856 | 18.864 | 8 | 0,0 |
| Altres serveis | 28.848 | 27.798 | -1.050 | -3,6 |

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

L'evolució dels indicadors d'activitat turística durant el 2013 ha estat de signe positiu per quart any consecutiu –amb nous màxims històrics de visitants i pernoctacions en hotels i una evolució molt dinàmica de la despesa de compra amb targeta de crèdit i els nombre de creueristes-, i la privilegiada posició de Barcelona en l'àmbit de l'organització de congressos internacionals propicia que l'hoteleria i el turisme en general segueixin sent factors de fortaleza de l'economia i dinamitzadors del mercat de treball de la ciutat.

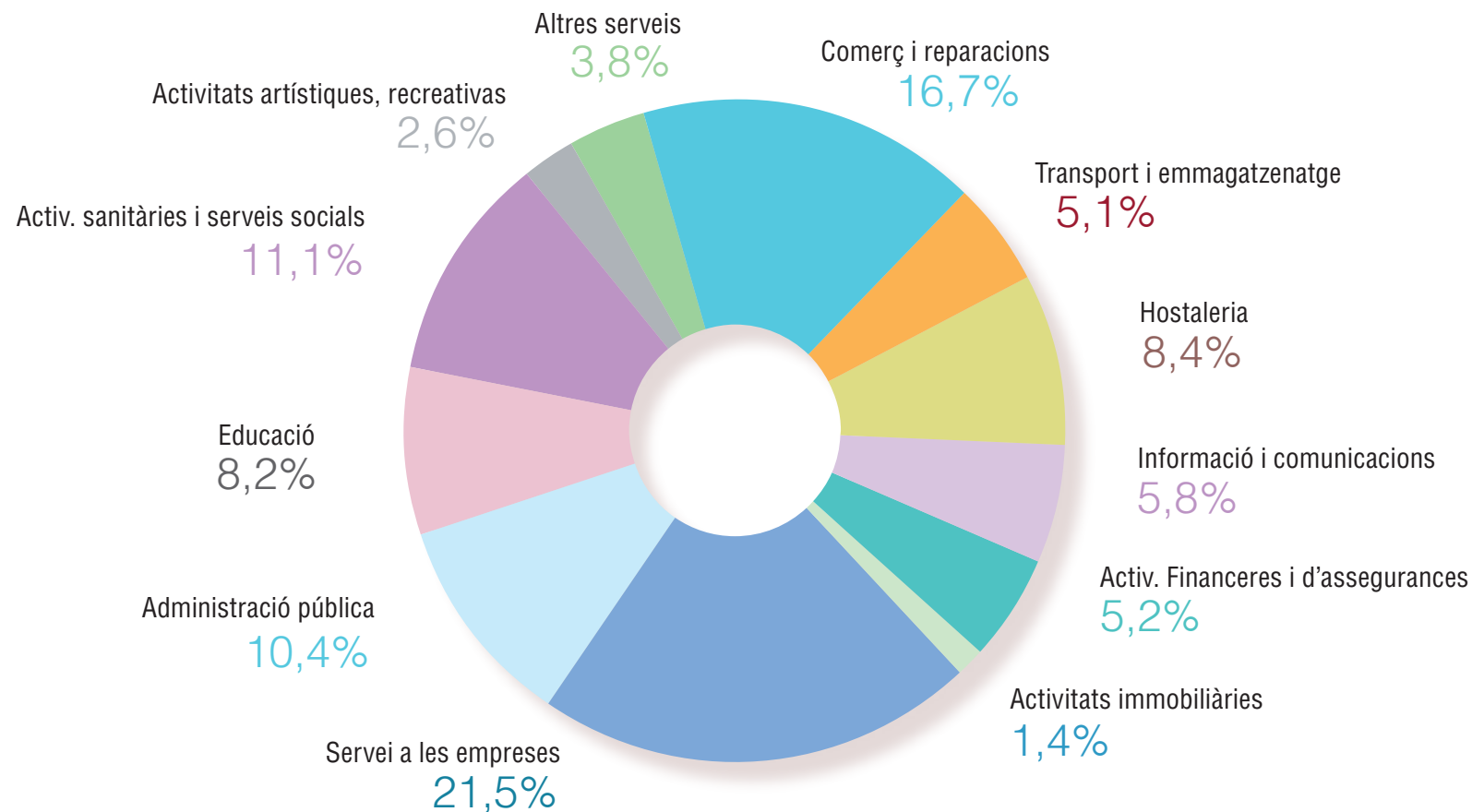
Participació de cada sector (en %)

| | 2012 | 2013 | Variació 12/13 |
|-------------------------------------|-------|-------|-------------------|
| Total serveis | 100 | 100 | 0 |
| Comerç i reparacions | 16,99 | 16,68 | -0,31 |
| Transports i emmagatzematge | 5,25 | 5,06 | -0,19 |
| Hostaleria | 8,20 | 8,37 | 0,17 |
| Informació i comunicacions | 5,79 | 5,80 | 0,01 |
| Activ. financeres i d'assegurances | 5,32 | 5,21 | -0,11 |
| Activitats immobiliàries | 1,34 | 1,38 | 0,05 |
| Serveis a les empreses | 21,26 | 21,47 | 0,21 |
| Administració pública | 10,21 | 10,42 | 0,22 |
| Educació | 8,10 | 8,17 | 0,07 |
| Activ. sanitàries i serveis socials | 11,02 | 11,09 | 0,07 |
| Activitats artístiques, recreatives | 2,58 | 2,57 | -0,02 |
| Altres serveis | 3,95 | 3,78 | -0,17 |

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

Al finalitzar el 2013, el sector terciari incrementa el seu pes dins l'estructura ocupacional de la ciutat fins assolir el 88,9% dels assalariats de Barcelona, xifra que supera en 0,4 punts la de l'any anterior. El contrast entre la creació neta de llocs de treball als serveis i les noves pèrdues d'ocupació de la indústria i la construcció accentua la tendència estructural a la terciarització que l'economia barcelonina està experimentant des de fa dècades.

Assalariats al Terciari de Barcelona per branques al 2013 (%)

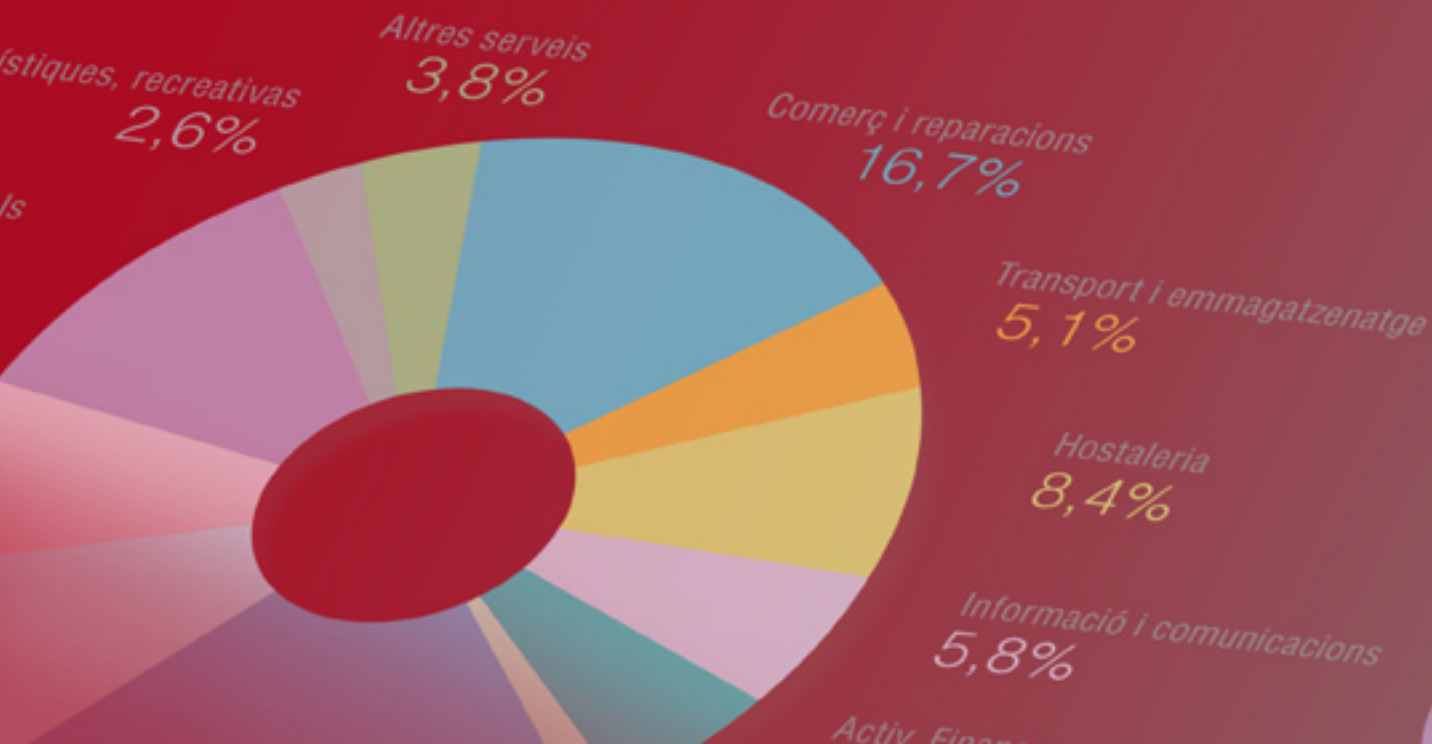


Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya.

Els serveis a les empreses i el comerç i reparacions són les branques dels serveis amb més llocs de treball a Barcelona, i assoleixen conjuntament 280.188 afiliats que representen el 38,1% dels assalariats del terciari. D'altra banda, l'administració pública, juntament amb l'educació i les activitats sanitàries i serveis socials, situen els serveis col·lectius en el 29,7% de l'ocupació terciària de la ciutat, tot guanyant 0,4 punts percentuals respecte a 2012. També cal remarcar el lleuger increment del pes de l'hostaleria, que concentra el 8,4% dels assalariats als serveis de Barcelona.

Pel que fa a altres branques dels serveis, els transports i emmagatzematge experimenten una lleugera pèrdua de pes relatiu, mentre que la informació i comunicacions, la intermediació financera i les activitats artístiques i recreatives mantenen pràcticament estable la seva participació dins del sector terciari de la ciutat.

El Comerç 2013



1. OCUPACIÓ AL COMERÇ 2013

El 2013 el comerç ocupa 141.551 persones a la ciutat de Barcelona, de les que 88.792 treballen al sector minorista (el 62,7% del total) i 52.759 (el 37,3%) al majorista.

L'evolució del comerç l'any 2013 continua condicionada per l'atonía del consum intern però en menor mesura que el 2012 i el 2011, ja que el nombre total d'afiliats del sector a Barcelona registra una reducció interanual del -0,8%, més suau que les que havia experimentat el quart trimestre dels dos anys anteriors -properes al -3%- . No obstant, aquest indicador evoluciona pitjor que el conjunt de l'economia on augmenta un +0,2% després de 5 anys de destrucció neta d'ocupació. Així, el pes del comerç en el conjunt dels llocs de treball de la ciutat es manté a finals del 2013 en un 15,1% -que es distribueix entre un 9,5% del comerç minorista i un 5,6% del majorista- el que mostra la importància cabdal d'aquest sector madur en l'economia barcelonina.

Afiliats a la Seguretat Social en el comerç a Barcelona / 4t trimestre 2013

| | Règim General 2013 | Variació (%) 2013/2012 | Autònoms 2013 | Variació (%) 2013/2012 | TOTAL 2013 | Variació (%) 2013/2012 | Pes del sector (%) 2013 |
|------------------|-----------------------|---------------------------|------------------|---------------------------|---------------|---------------------------|----------------------------|
| Comerç minorista | 71.651 | -0,85 | 17.141 | 0,76 | 88.792 | -0,54 | 9,48 |
| Comerç majorista | 44.135 | -1,11 | 8.624 | -1,11 | 52.759 | -1,11 | 5,63 |
| Total comerç | 115.786 | -0,95 | 25.765 | 0,13 | 141.551 | -0,76 | 15,11 |

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

El nombre total d'afiliats del comerç al Règim General de la Seguretat Social se situa a finals de 2013 en 115.786 persones, el que suposa una disminució de llocs de treball del -1% respecte a l'any anterior. El comerç minorista compta amb 71.651 assalariats (un 61,9% del sector) després d'experimentar una reducció d'efectius (-0,9%) més moderada que la de 2012. D'altra banda, el

comerç a l'engròs també suavitza clarament la disminució d'afiliats que va patir el 2012 –tot i seguir la tendència descendent que es va iniciar en anys anteriors a la crisi- i tanca l'any amb 44.135 ocupats per compte aliè després de perdre prop de 500 afiliats (-1,1%). Malgrat el millor comportament de totes dues branques en relació a l'any anterior, globalment el comerç experimenta una reducció de l'ocupació (-1%) que contrasta amb la pràctica estabilització d'aquest indicador al conjunt de l'economia de la ciutat (+0,1%).

Pel que fa als autònoms, el comerç minorista concentra dues terceres parts dels adscrits al sector (17.141) i experimenta un augment de la afiliació del +0,8%, que contrasta amb la reducció de l'any anterior. D'altra banda el nombre d'autònoms majoristes cau un -1,1%, de manera que l'augment global de treballadors per compte propi del comerç (+0,1%) és inferior a la que experimenta el conjunt de l'economia barcelonina (+0,5%), si bé el pes relatiu del sector segueix proper a la quarta part (23,2%) del total d'autònoms de la ciutat.

Així doncs, el 2013 el comerç al detall torna a mostrar un millor comportament de la afiliació que el comerç a l'engròs –perd menys assalariats i guanya autònoms - i també mostra una evolució dels autònoms més favorable que el conjunt de la ciutat, mentre que l'engròs minva en afiliats i evoluciona més negativament que la mitjana barcelonina a tots dos règims.

Afiliats a la Seguretat Social en el comerç a Barcelona / 1r trimestre 2014

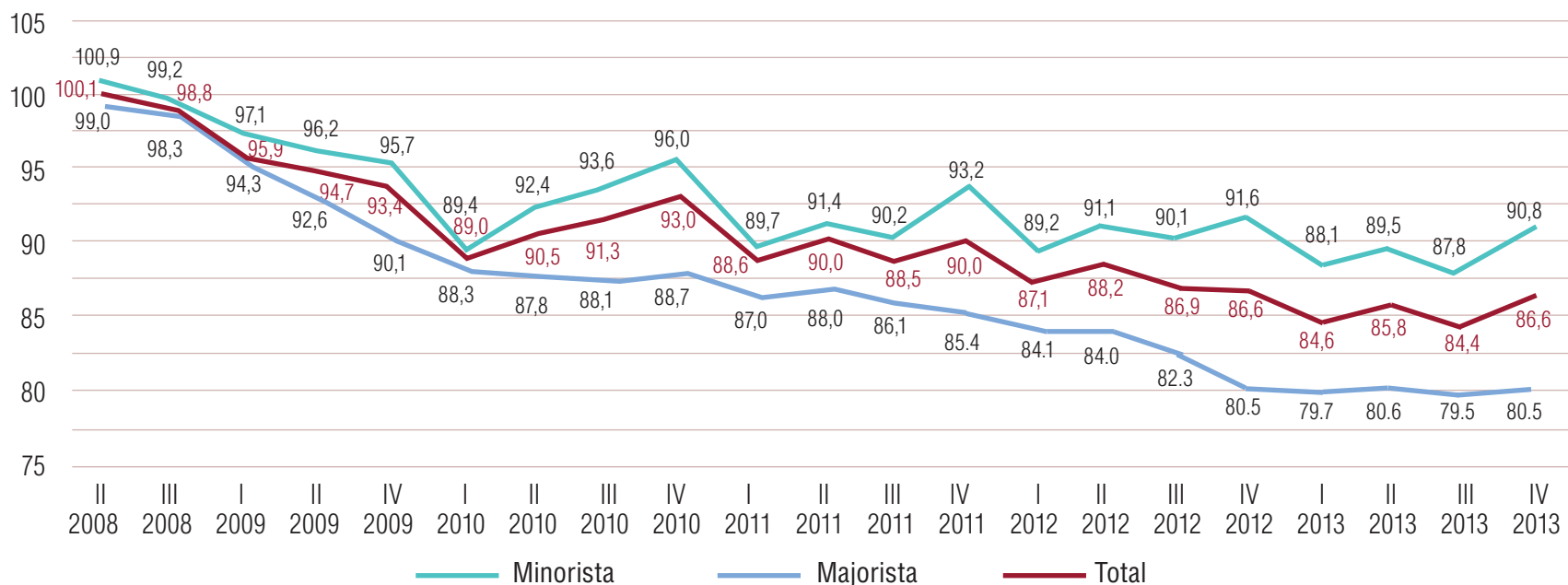
| | Règim General 2014 | Variació (%) 2014/2013 | Autònoms 2014 | Variació (%) 2014/2013 | TOTAL 2014 | Variació (%) 2014/2013 | Pes del sector (%) 2014 |
|------------------|-----------------------|---------------------------|------------------|---------------------------|---------------|---------------------------|----------------------------|
| Comerç minorista | 69.189 | -0,41 | 17.013 | 0,51 | 86.202 | -0,23 | 9,16 |
| Comerç majorista | 43.568 | -0,20 | 8.637 | 0,24 | 52.205 | -0,13 | 5,55 |
| Total comerç | 112.757 | -0,33 | 25.650 | 0,42 | 138.407 | -0,19 | 14,71 |

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Les dades disponibles més recents -corresponents al primer trimestre de 2014- indiquen que la afiliació a la Seguretat Social a Barcelona en el sector del comerç s'estabilitza respecte al mateix període de 2013 (-0,2%), un resultat força més favorable que els dels dos anys anteriors pel mateix trimestre, però que contrasta amb la creació neta de llocs de treball que experimenta el conjunt de l'economia de la ciutat (+1,4%)

Per règims, es registra un augment moderat dels autònoms (+0,4%) i un lleuger descens dels assalariats (-0,3%), mentre que per branques l'estabilitat també defineix l'evolució interanual de l'engròs i el detall (-0,1 i -0,2%, respectivament).

Assalariats al comerç de Barcelon (índex 1r trimestre 2008 = 100)

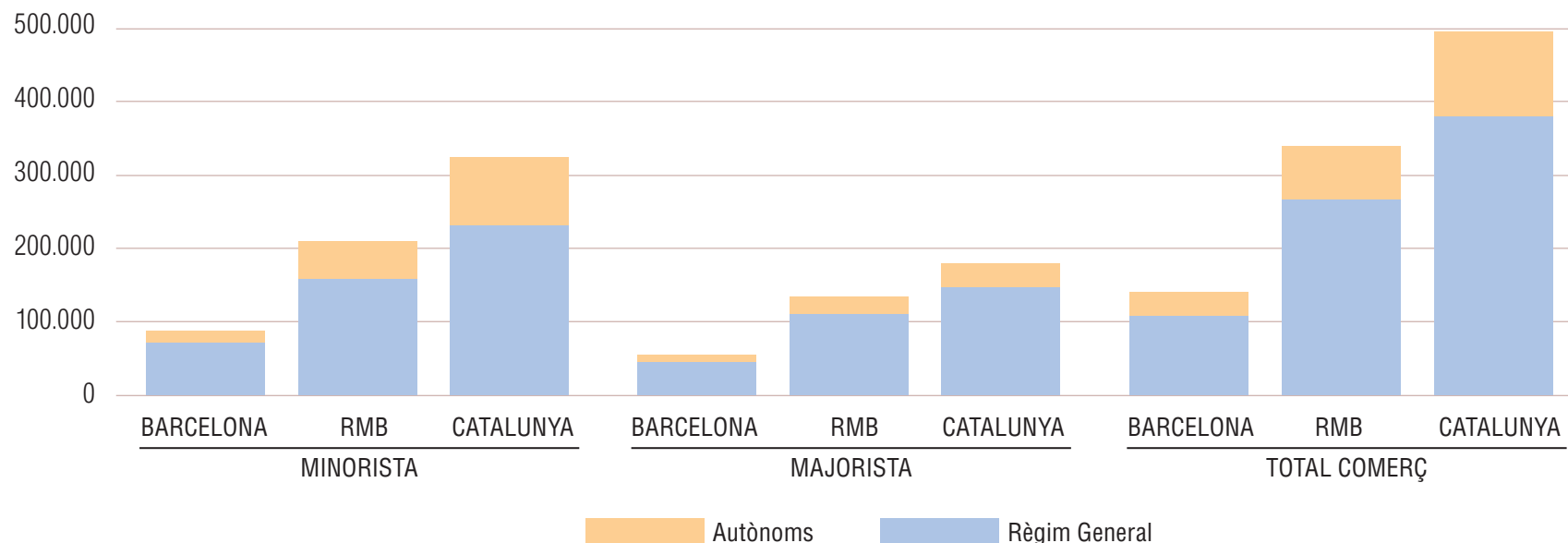


Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

L'anàlisi del període 2008-13 permet detectar diferents pautes de resposta a la crisi quant a l'evolució dels assalariats per part d'aquestes dues branques. El comportament del comerç al detall reflecteix les oscil·lacions del consum intern, i després d'un fort ajust de cinc trimestres (IV trimestre de 2008 - I trimestre de 2010) i de la recuperació significativa de la resta del 2010, el bienni 2011-13 torna a regular fins tancar el període amb una pèrdua del 9,2% dels ocupats que comptava el març de 2008.

En canvi, la reducció dels assalariats del comerç majorista ha estat un procés més gradual i sostingut, que ha comportat una caiguda acumulada del 19,5% entre març de 2008 i desembre de 2013 i suposa la continuació d'una tendència de fons ja constatada en els exercicis precedents.

Afiliats del comerç a la Seguretat Social 4t. trimestre 2013



Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

L'evolució global de l'ocupació del comerç a Barcelona ha estat lleugerament menys favorable que als territoris de la RMB i Catalunya, on el descens d'aquest indicador se situa en el -0,5% i -0,2%, respectivament. A totes dues branques la afiliació al règim d'autònoms evoluciona més favorablement a aquests àmbits territorials que a Barcelona, mentre que entre els treballadors per compte aliè destaca el lleuger augment dels de la branca minorista a Catalunya (+0,3%), que contrasta amb les reduccions que experimenten Barcelona i la RMB (-0,9 i -0,5%, respectivament). Pel que fa al comerç a l'engròs, els tres àmbits territorials experimenten una pèrdua d'assalariats (-1,1, -1,5 i -1,8%), mentre que entre els autònoms el resultat per Barcelona (-1,1%) és el més desfavorable dels tres territoris (amb augments del +0,6 i +0,8% a la RMB i Catalunya, respectivament).

En definitiva, el menor descens interanual de la afiliació durant el 2013 –en relació als dos anys precedents- i l'estabilització del primer trimestre de 2014 són indicis d'una millora de l'evolució del comerç de Barcelona, tot i que el comportament del sector és menys favorable que el de la afiliació al conjunt de l'economia de la ciutat i –degut a l'impacte acumulat dels anys de crisi- la xifra d'afiliats de març de 2014 és la segona més baixa des de 2008. Durant el 2013 la branca minorista obté millors resultats, mentre que l'evolució de la ciutat és lleugerament menys favorable que la de la RMB i a Catalunya. Amb tot, el sector segueix mantenint a Barcelona un pes proper al 15% dels llocs de treball, més elevat que la mitjana europea i inferior als percentatges de Catalunya i Espanya, degut a la major diversificació de l'activitat terciària a la ciutat.

Pes de la població ocupada en el comerç* 2013 (%)

| Unió Europea-28** | Espanya | Catalunya | Barcelona |
|-------------------|---------|-----------|-----------|
| 14,07% | 17,98% | 18,28% | 14,83% |

* Afiliació al Règim General de la seguretat social incloent reparacions.

** Dada del tercer trimestre de 2013.

Font: Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona, INNS i Eurostat

Anàlisi per branques

En el comerç a l'engròs a Barcelona, la branca d'articles d'ús domèstic representa gairebé un terç (32,1%) del total d'assalariats, seguida de les de productes alimentaris i intermediaris del comerç, amb el 15,8% i el 15,6% -respectivament- del total de la afiliació majorista al Règim General de la Seguretat Social.

Les branques que mostren més concentració d'afiliats a Barcelona són la d'equips TIC (en que la ciutat suposa el 47,1% dels assalariats de la RMB i el 41,7% dels de Catalunya), la d'articles de consum domèstic (en que aquests percentatges assoleixen el 46,9% i el 40,5%, respectivament) i d'intermediaris del comerç (amb un pes de Barcelona sobre la RMB i Catalunya del 45,2% i 33,2%).

L'any 2013 la majoria de les branques del comerç a l'engròs moderen la seva pèrdua d'afiliats respecte a l'any anterior o s'estabilitzen a Barcelona, la RMB i Catalunya. Les reduccions a la ciutat es concentren a les d'altra maquinària, equips i subministraments, comerç especialitzat i comerç no especialitzat (amb variacions interanuals del -4,8, -4,5 i -2%, respectivament), mentre l'ocupació s'estabilitza a les d'intermediaris del comerç (-1%), articles d'ús domèstic (-0,7%) i equips TIC (+0,2%). En canvi, el comerç de primeres matèries agràries i de productes alimentaris, begudes i tabac (+9,7 i +1,8%, respectivament), a diferència de l'any anterior.

Les principals branques del comerç al detall en nombre d'assalariats a Barcelona són la d'establiments no especialitzats, la d'establiments especialitzats i la de productes alimentaris, begudes i tabac -que representen un 32,6, 32,4 i 17,3% del total, respectivament-. Pel que fa a la seva distribució territorial, destaca la concentració a Barcelona dels assalariats d'establiments especialitzats (que representen el 47,2% dels de la RMB i el 32% dels de Catalunya) i no especialitzats (46,9 i 31,9%, respectivament).

El 2013 diverses branques del comerç al detall de Barcelona creen llocs de treball: les de parades de venda i mercats ambulants, articles culturals i recreatius, equips TIC i productes alimentaris, begudes i tabac (que mostren augments del +17,3, +3,4 i +1,8 i +0,7%, respectivament). Perden afiliació les branques minoristes d'altra comerç en establiments fora de parades i mercats, de combustibles, d'articles d'ús domèstic i d'articles en establiments especialitzats (amb percentatges d'entre el -5,1 i el -2%), mentre que l'ocupació en i establiments no especialitzats es manté estable.

Nombre total d'afiliats a la Seguretat Social per branques d'activitat del comerç a l'engròs i al detall, 2013

| | Barcelona | | | RMB | | | Catalunya | | |
|---|----------------|---------------|-----------------------|----------------|---------------|-----------------------|----------------|---------------|-----------------------|
| | Afiliats | % s/sector | Variació 13-12 (%) | Afiliats | % s/sector | Variació 13-12 (%) | Afiliats | % s/sector | variació 13-12 (%) |
| Comerç a l'engròs | | | | | | | | | |
| Intermediaris comerç | 8.245 | 15,63 | -0,96 | 18.231 | 13,57 | 0,67 | 24.866 | 13,66 | 0,95 |
| Comerç a l'engròs matèries primeres agràries | 498 | 0,94 | 9,69 | 1.833 | 1,36 | 0,38 | 3.811 | 2,09 | 1,55 |
| Comerç a l'engròs prod. alimentaris, begudes i tabac | 8.336 | 15,80 | 1,80 | 20.163 | 15,01 | -0,72 | 37.139 | 20,40 | -1,28 |
| Comerç a l'engròs d'articles d'ús domèstic | 16.927 | 32,08 | -0,66 | 36.057 | 26,84 | 0,78 | 41.749 | 22,93 | 0,25 |
| Comerç a l'engròs d'equips TIC | 2.928 | 5,55 | 0,24 | 6.214 | 4,63 | -2,13 | 7.029 | 3,86 | -1,98 |
| Comerç a l'engròs d'altra maquinària, equips i submin. | 3.620 | 6,86 | -4,76 | 16.325 | 12,15 | -3,40 | 19.514 | 10,72 | -3,72 |
| Altre comerç a l'engròs especialitzat | 6.349 | 12,03 | -4,50 | 20.575 | 15,32 | -4,28 | 30.425 | 16,71 | -4,02 |
| Comerç a l'engròs no especialitzat | 5.856 | 11,10 | -1,96 | 14.932 | 11,12 | -1,06 | 17.564 | 9,65 | -1,34 |
| Total comerç a l'engròs | 52.759 | 100,00 | -1,11 | 134.330 | 100,00 | -1,12 | 182.097 | 100,00 | -1,35 |
| Comerç al detall | | | | | | | | | |
| Comerç al detall en establ. no especialitzats | 28.925 | 32,58 | -0,32 | 61.693 | 29,93 | -0,84 | 90.759 | 29,31 | -0,50 |
| Comerç al detall de prod. alimentaris, begudes i tabac | 15.400 | 17,34 | 0,72 | 39.383 | 19,11 | 2,52 | 60.878 | 19,66 | 3,71 |
| Comerç al detall de combustibles | 1.373 | 1,55 | -4,52 | 3.147 | 1,53 | -8,12 | 6.367 | 2,06 | -6,85 |
| Comerç al detall d'equips TIC | 1.852 | 2,09 | 1,76 | 4.839 | 2,35 | 1,43 | 7.496 | 2,42 | 0,74 |
| Comerç al detall d'articles d'ús domèstic | 6.265 | 7,06 | -1,82 | 18.730 | 9,09 | -1,19 | 28.452 | 9,19 | -1,68 |
| Comerç al detall d'articles culturals i recreatius | 4.147 | 4,67 | 3,39 | 10.654 | 5,17 | 2,48 | 14.975 | 4,84 | 2,70 |
| Comerç al detall d'altres articles en estab. especialit. | 28.756 | 32,39 | -1,97 | 60.897 | 29,54 | -1,20 | 89.965 | 29,05 | -0,04 |
| Comerç al detall en parades de venda i mercats ambulants | 969 | 1,09 | 17,17 | 4.176 | 2,03 | 7,08 | 7.026 | 2,27 | 6,05 |
| Altra comerç al detall en establ. fora de parades i mercats | 1.102 | 1,24 | -5,08 | 2.602 | 1,26 | 3,50 | 3.775 | 1,22 | 4,57 |
| Total comerç al detall | 88.789 | 100,00 | -0,55 | 206.121 | 100,00 | -0,05 | 309.693 | 100,00 | 0,57 |
| Total | 141.548 | | -0,76 | 340.451 | | -0,48 | 491.790 | | -0,15 |

Nota: Inclou afiliats als règims General i Autònoms

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

2. FACTURACIÓ i PIB

Després de la contracció de l'activitat de l'any anterior, el 2013 l'economia catalana aconsegueix sortir de la recessió en experimentar un creixement positiu⁽¹⁾ els tres darrers trimestres de l'any. Tot i així, tanca el conjunt de l'exercici amb una feble reducció interanual del Producte Interior Brut del -0,5%, una dada més favorable que la de 2012 (-1,3%). L'evolució de l'activitat el 2013 mostra una millora gradual, ja que el PIB passa de caigudes a l'entorn del -1% interanual els primers trimestres a recuperar un creixement positiu –tot i que moderat- el quart trimestre (+0,4%). Cal emmarcar aquests resultats en un context d'inici de recuperació als àmbits espanyol i europeu, tot i que el PIB espanyol tanca el 2013 amb una reducció interanual del -1,2% i l'escenari macroeconòmic segueix presentant riscos significatius.

L'evolució global de l'economia catalana el 2013 és el resultat de dues forces contraposades: l'impuls provinent del sector exterior i la debilitat de la demanda interna. Efectivament, l'aportació d'aquest darrer component a l'evolució del PIB català continua sent negativa (-3%), amb una tendència descendent que afecta tant el consum públic i privat com la formació bruta de capital; una evolució que expliquen la intensificació del descens del consum públic (-3,5%) -com a conseqüència de l'intens procés d'ajust fiscal i pressupostari en curs- i la nova disminució del consum privat (-2,2%). Val a dir, però, que el comportament d'aquesta millora sensiblement al llarg de l'any en paral·lel a l'augment de la confiança dels consumidors, de manera que la reducció global de la demanda interna a Catalunya assoleix el valor més moderat del darrer trienni.

Com a resultat, i segons l'Enquesta de Clima Empresarial, la majoria dels empresaris del comerç a l'AMB assenyala una marxa del negoci desfavorable el 2013 i manifesta també una acceleració de la caiguda dels preus de venda. Tot i així, la millora de la marxa dels negocis ha anat avançant progressivament a mesura que avançava l'any i el darrer trimestre del 2013 ha estat força significativa, mentre que la inversió empresarial frena la seva reducció. Així mateix, un indicador de consum rellevant com és la matriculació de vehicles –molt lligat a les expectatives de les famílies- creix un +3,2% respecte al 2012 i capgira la tendència descendent que havia mostrat els darrers anys.

⁽¹⁾ En termes intertrimestrals.

Facturació del comerç 2013 (Milions d'euros)

| | Barcelona | Catalunya |
|------------------|-----------|-----------|
| Comerç minorista | 11.457 | 37.849 |
| Comerç majorista | 21.901 | 75.431 |
| Total comerç | 33.358 | 113.280 |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'INE, Idescat i INSS.

La facturació del comerç a la ciutat de Barcelona s'ha reduït en un -0,4% l'any 2013 i ha assolit un volum de negoci de 33.358 milions d'euros. Si es corregeix l'efecte de la variació de preus, la facturació del comerç en termes reals experimenta un decrement del -1,9% respecte a l'any anterior i modera la tendència descendent que ja havia mostrat al bienni anterior.

Facturació del comerç a Barcelona 2013 (Milions d'euros)

| | Facturació 2013 | Variació 2013/2012 (en %) |
|------------------|-----------------|---------------------------|
| Comerç minorista | 11.457 | -0,30 |
| Comerç majorista | 21.901 | -0,45 |
| Total comerç | 33.358 | -0,40 |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'INE, Idescat i INSS

El comerç al detall assoleix el 2013 un volum de negoci de 11.457 milions d'euros a Barcelona, que suposa una reducció del -0,3% en termes nominals i una caiguda del -1,8% en termes reals. Així doncs, la demanda addicional generada pel turisme -que el 2013 assoleix a la ciutat nous màxims històrics de variables com el nombre de pernoctacions, els visitants o la despesa dels turistes amb tarja de crèdit- no és suficient per a compensar la contracció de la demanda interna motivada per l'atonia del consum privat i el procés d'ajust fiscal en curs al sector públic. Tot i així, el comportament de les vendes millora sensiblement en la segona part de l'any –com ho fan també la confiança dels agents i l'ocupació- fins a assolir un increment interanual el quart trimestre.

La facturació del comerç a l'engròs a Barcelona se situa en 21.901 milions d'euros l'any 2013 després d'experimentar un decrement del -0,5% respecte a l'any anterior, que un cop descomptada la variació de preus suposa una caiguda del -1,9%. Continua, per tant –amb menor intensitat que el 2012- el procés gradual de canvi estructural i optimització de costos que des de fa uns anys està portant aquesta branca a localitzar una part creixent de la seva activitat fora de la ciutat.

Les dades disponibles sobre el primer semestre de 2014 reflecteixen una inflexió positiva en la facturació del comerç minorista, que creix un +2,2% a Catalunya en termes interanuals i augmenta de forma més moderada (+0,7%) a Espanya.

Cal remarcar que el comerç és un dels sectors que més riquesa generen a Barcelona. Efectivament, segons l'estadística oficial facilitada per l'Idescat, l'activitat comercial aporta el 11,5% del Producte Interior Brut de la ciutat l'any 2010⁽²⁾, un pes rellevant que ha mostrat una notable estabilitat al llarg de la passada dècada. Val a dir que l'any 2013 el PIB dels serveis ha registrat una reducció moderada (-0,4%), un comportament al que ha contribuït l'àrea de Barcelona degut al paper determinant que hi juga el terciari dins l'estructura productiva.

⁽²⁾ Darrera dada oficial disponible.

3. CENTRES DE COTITZACIÓ DEL COMERÇ 2013

En aquest capítol s'estudia el nombre i l'evolució dels centres de cotització de la Seguretat Social inscrits a les branques de comerç a l'engròs i intermediaris i comerç al detall⁽³⁾ de la ciutat de Barcelona. No s'hi inclouen els dedicats a la venda, manteniment i reparació de vehicles de motor, com tampoc els de la restauració.

L'anàlisi dels centres de cotització proporciona una bona aproximació a la dinàmica empresarial del sector comerç, tot i que es tracta d'un indicador més adequat a nivell provincial que municipal ja que aquests centres agrupen treballadors que pertanyen a una mateixa empresa i desenvolupen l'activitat a una mateixa província -sense especificar si s'ubiquen en diferents poblacions-. Cal tenir en compte, per tant, que el nombre de centres de cotització és una aproximació al nombre d'empreses, i que en el cas de Barcelona –pel seu paper de capital- l'efecte seu social provoca probablement una certa sobrevaloració d'aquest indicador⁽⁴⁾. D'altra banda, es complementa aquesta anàlisi amb la del nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social, sense considerar el règim especial d'autònoms ja que les dades de centres de cotització només es refereixen a empreses que ocupen treballadors per compte de tercers.

Barcelona compta a finals de l'any 2013 amb 16.013 centres de cotització al comerç, dels quals 10.675 (el 66,7%) pertanyen al comerç minorista i 5.338 (el 33,3%) al majorista.

El nombre de centres de cotització al comerç de Barcelona s'estabilitza respecte a 2012 (-0,1%) -i mostra un comportament molt similar en ambdues branques-, el que representa una evolució lleugerament menys favorable que la que experimenta el conjunt de centres de cotització de la ciutat (+0,4%).

Al finalitzar l'any 2013, el sector comerç constitueix la primera activitat econòmica de la ciutat quant a nombre de centres de cotització i representa prop de la quarta part (el 22,8%) del total. Les branques que el segueixen en el rànquing són els serveis a les empreses (18%) i l'hostaleria (10,3%).

⁽³⁾ Els codis 46 i 47, respectivament, de la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques CCAE-2009

⁽⁴⁾ Les dades dels centres de cotització tampoc no es poden comparar amb les de l'Impost d'Activitats Econòmiques ja que es tracta de dues fonts clarament diferenciades: mentre que els primers constitueixen un indicador de nombre d'empreses amb assalariats, les llicències de l'IAE s'havien utilitzat en anàlisis anteriors per donar una aproximació als locals empresarials en actiu a la ciutat. Aquest tribut ha perdut des de la seva reforma l'any 2002 bona part de l'efecte censal que tenia anteriorment.

Centres de cotització a la Seguretat Social al comerç de Barcelona 2013

| | 2012 | 2013 | Variació (%) 2013/2012 | Pes s/sector 2013 (%) |
|-------------------|--------|--------|------------------------|-----------------------|
| Comerç a l'engròs | 5.343 | 5.338 | -0,1 | 33,3 |
| Comerç al detall | 10.679 | 10.675 | 0,0 | 66,7 |
| Total comerç | 16.022 | 16.013 | -0,1 | 100,0 |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Les darreres dades disponibles –referents al primer trimestre de 2014– mostren que el nombre de centres de cotització al comerç de Barcelona és de 69.414 i assoleix la primera variació interanual positiva des de l'inici de la crisi (+0,3%), tot i que el seu progrés és més dèbil que el del conjunt de l'economia de la ciutat (+1,4%). Respecte al mateix període de 2013, la branca de comerç a l'engròs s'estabilitza, mentre que la de comerç al detall creix de forma molt moderada (+0,4%). D'aquesta manera, Barcelona tanca el mes de març de 2014 amb 15.841 centres de cotització al comerç, dels quals dos terços (10.544) pertanyen al comerç minorista i un terç (5.297) al majorista.

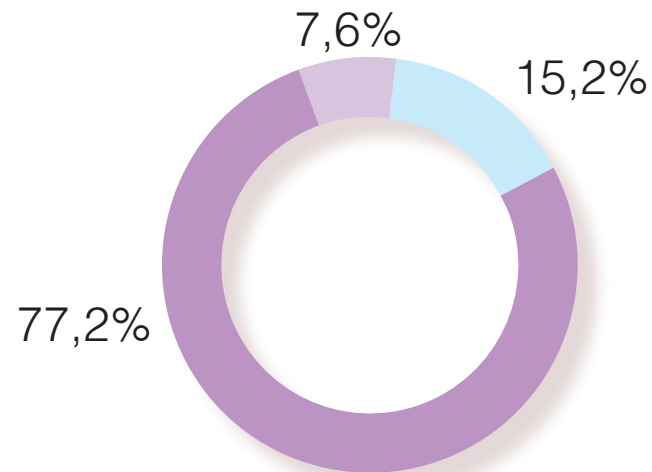
El quart trimestre de 2013 el pes del comerç dins el conjunt dels centres de cotització de Barcelona

Centres de cotització a la Seguretat Social en el comerç a Barcelona / 1r trimestre 2014

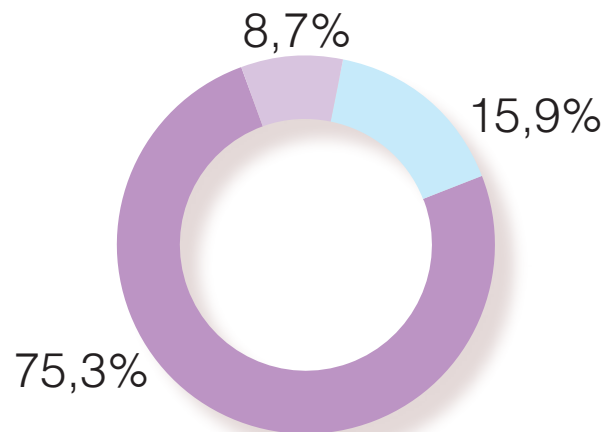
| | 1r trim 2013 | 1r trim 2014 | Variació (%) 2014/2013 | Pes (%) s/comerç |
|-----------------------------|-----------------|-----------------|---------------------------|---------------------|
| Comerç a l'engròs | 5.295 | 5.297 | 0,04 | 33,44 |
| Comerç al detall | 10.505 | 10.544 | 0,37 | 66,56 |
| Total comerç (sense repar.) | 15.800 | 15.841 | 0,26 | 100,0 |
| Total sectors Barcelona | 69.414 | 70.372 | 1,38 | - |

Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

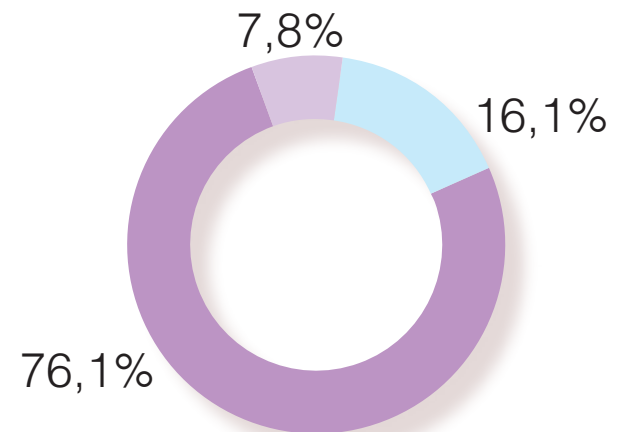
Pes del comerç a l'economia de la ciutat segons centres de cotització (% s/total) 2013



Pes del comerç segons centres de cotització (%) RMB 2013



Pes del comerç segons centres de cotització (%) Catalunya 2013



 Engròs
 Detall
 Resta sectors

Font: Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

(22,8%) és lleugerament inferior al de la regió metropolitana (24,7%) i al de Catalunya (23,9%). El pes relatiu del comerç a l'engròs se situa al prop del 8% a Barcelona i Catalunya i és més elevat (+8,7%) a la RMB, mentre que el del detall oscil·la entre el 15,2 i el 16,1% dels centres de cotització als tres àmbits territorials.

Cal esmentar que per nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social, el comerç és la segona activitat de la ciutat amb un 14% del total, després del conjunt heterogeni d'activitats que representen els serveis a les empreses. Tot i tractar-se d'un pes inferior al dels centres de cotització, certament aquestes dades posen de manifest la importància cabdal del sector per l'economia de Barcelona i especialment la del comerç minorista, que per si sol representa més del 15,2% dels centres de cotització i el 8,7% dels assalariats de la ciutat.

Així doncs, malgrat la difícil conjuntura marcada per l'atonía de la demanda interna, el 2013 el pes del

Pes del comerç sobre el conjunt de l'economia de Barcelona 2013-2012 (% s/total)

| | 2012 | 2013 |
|--|------|------|
| Centres de cotització | | |
| Comerç a l'engròs | 7,6 | 7,6 |
| Comerç al detall | 15,3 | 15,2 |
| Total comerç | 22,9 | 22,8 |
| Afiliats règim General Seguretat Social | | |
| Comerç a l'engròs | 5,4 | 5,3 |
| Comerç al detall | 8,8 | 8,7 |
| Total comerç | 14,2 | 14,0 |

Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

comerç sobre l'economia barcelonina es manté força estable respecte a 2012 tant pel que fa als centres de cotització com als assalariats (amb lleus decrements d'una i dues dècimes, respectivament).

L'any 2013, prop d'una tercera part dels 5.338 centres de cotització del comerç a l'engròs a Barcelona

Anàlisi per branques

(el 29,6%) distribueix articles d'ús domèstic, mentre que les branques d'intermediaris, productes alimentaris, altre comerç especialitzat i comerç no especialitzat assoleixen pesos relatius d'entre el 12 i el 16% del total.

Barcelona absorbeix el 53,6% dels centres de cotització d'intermediaris de la RMB i el 40,3 % dels de Catalunya. Les branques del comerç a l'engròs d'equips TIC i d'articles d'ús domèstic (on Barcelona representa per si sola al voltant del 48,4% del total de la RMB i el 40% del total català) també mostren una forta concentració a la ciutat.

L'any 2013 la d'equips TIC és branca majorista que guanya més centres de cotització a Barcelona en relació a l'any anterior (+8,7%), mentre tant a la RMB⁽¹⁾ com a Catalunya el seu creixement interanual és més moderat. La d'intermediaris del comerç augmenta més suaument a Barcelona (+2,3%) que a la RMB i el Principat –on experimenta un increment superior al 3%–, i la producció alimentària mostra un creixement moderat (+1,8%). La resta de branques experimenta una pèrdua de teixit empresarial als tres àmbits de referència, generalment més accentuada a Barcelona.

Pel que fa a les branques del comerç al detall, a Barcelona destaca el pes relatiu dels establiments especialitzats -que representen el 34,3% dels centres de cotització-, seguits dels que venen productes alimentaris, begudes i tabac (27,9%) i els d'establiments no especialitzats (17,8%).

Les branques més concentrades en termes relatius a la ciutat són la d'establiments especialitzats –en que Barcelona compta amb el 48,5% dels centres de la RMB i el 29,6% de Catalunya–, els articles culturals (48 i 28,5%, respectivament) i els establiments no especialitzats (45,8 i 29,4%).

En l'evolució de les principals branques minoristes, el 2013 destaca l'augment del teixit empresarial de la de productes alimentaris, begudes i tabac als tres àmbits territorials (+2,3% a Barcelona i +2% a la RMB i Catalunya), i l'estabilitat de les d'equips TIC i articles culturals a la ciutat. En canvi, perden empreses les branques d'establiments no especialitzats (-2,1%), articles d'ús domèstic (-1,9%) i d'altres articles en establiments especialitzats (-1,4%).

L'any 2013 disminueix lleugerament la dimensió empresarial mitjana del comerç a Barcelona, con-

⁽¹⁾ En aquesta anàlisi l'abast de la RMB correspon a les comarques de Barcelonès, Baix Llobregat, Vallès Oriental, Vallès Occidental, Maresme, Garraf i Alt Penedès. Aquestes dues últimes comarques s'han exclòs de l'àmbit metropolità en les dades que difon el Departament d'Estadística a partir de 2012, però a efectes de la present edició s'ha optat per mantenir les mateixes comarques que a 2011 per a poder calcular les variacions interanuals en termes homogenis.

Centres de cotització de la Seguretat Social per branques de comerç, 2013

| | 4/2013 | var (%) 2013/2012 | 4/2013 | var (%) 2013/2012 | 4/2013 | var (%) 2013/2012 |
|---|-----------|----------------------|--------|----------------------|-----------|----------------------|
| | Barcelona | | RMB | | Catalunya | |
| Comerç a l'engròs | | | | | | |
| Intermediaris comerç | 851 | 2,3 | 1.588 | 3,3 | 2.111 | 3,1 |
| Comerç a l'engròs matèries primeres agràries | 63 | 6,8 | 260 | 0,4 | 597 | 0,7 |
| Comerç a l'engròs prod. alimentaris, begudes i tabac | 784 | 1,8 | 1.794 | 0,8 | 3.359 | 0,4 |
| Comerç a l'engròs d'articles d'ús domèstic | 1.580 | -1,4 | 3.398 | -0,4 | 4.292 | -0,7 |
| Comerç a l'engròs d'equips TIC | 249 | 8,7 | 515 | 4,7 | 623 | 4,9 |
| Comerç a l'engròs d'altra maquinària, equips i submin. | 465 | -4,5 | 1.554 | -0,4 | 2.028 | -0,5 |
| Altre comerç a l'engròs especialitzat | 681 | -2,2 | 2.315 | -0,5 | 3.550 | -0,9 |
| Comerç a l'engròs no especialitzat | 665 | -0,4 | 1.616 | -0,9 | 2.002 | 0,0 |
| Total comerç a l'engròs | 5.338 | -0,1 | 13.040 | -0,3 | 18.562 | 0,2 |
| Comerç al detall | | | | | | |
| Comerç al detall en establ. no especialitzats | 1.900 | -2,1 | 4.148 | -1,6 | 6.471 | -1,4 |
| Comerç al detall de prod. alimentaris, begudes i tabac | 2.976 | 2,3 | 7.034 | 2,0 | 10.792 | 2,0 |
| Comerç al detall de combustibles | 55 | 0,0 | 229 | 2,2 | 571 | 0,0 |
| Comerç al detall d'equips TIC | 277 | 0,0 | 627 | -0,8 | 1.037 | -1,0 |
| Comerç al detall d'articles d'ús domèstic | 1.138 | -1,9 | 2.674 | -2,5 | 4.420 | -2,1 |
| Comerç al detall d'articles culturals i recreatius | 467 | -0,2 | 973 | -1,9 | 1.638 | -0,7 |
| Comerç al detall d'altres articles en estab. especialit. | 3.661 | -1,4 | 7.550 | -0,5 | 12.386 | -0,3 |
| Comerç al detall en parades de venda i mercats ambulants | 114 | 25,3 | 393 | 8,6 | 716 | 4,2 |
| Altre comerç al detall en establ. fora de parades i mercats | 87 | 33,8 | 198 | 23,0 | 293 | 15,4 |
| Total comerç al detall | 10.675 | 1,6 | 23.826 | -1,9 | 38.296 | 0,1 |

Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Dimensió empresarial del sector comercial

firmant que la crisi econòmica ha estroncat la tendència creixent d'aquest indicador que havia predominat a la dècada precedent. Efectivament, la dimensió mitjana del comerç majorista (8,3), la del conjunt del sector (7,2) i la minorista (6,3) es redueixen al voltant de -0,1 punts respecte a l'any anterior.

L'evolució dels centres de cotització del comerç a Barcelona entre 1998 i 2013 mostra una tendèn-

Nombre mitjà d'afiliats per centres de cotització a la Seguretat Social al comerç de Barcelona

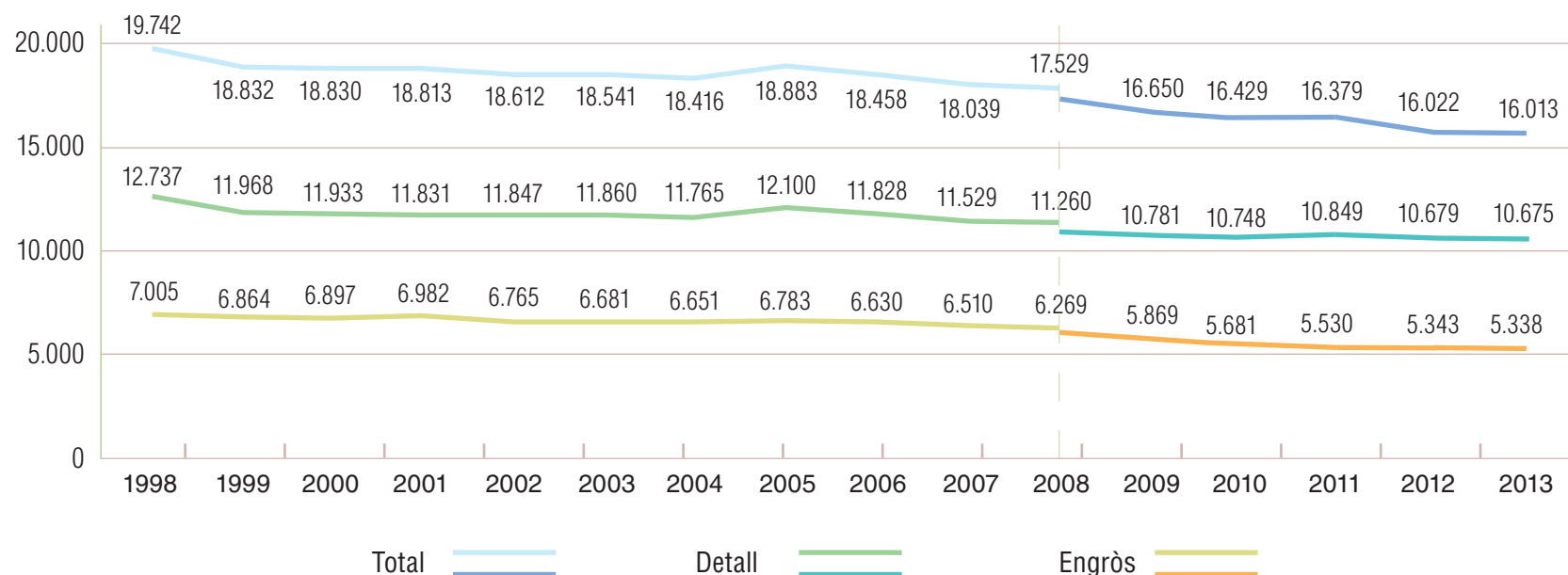
| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Comerç a l'engròs | 8,41 | 8,55 | 8,46 | 8,35 | 8,27 |
| Comerç al detall | 7,00 | 7,05 | 6,78 | 6,77 | 6,71 |
| Total comerç | 7,50 | 7,57 | 7,35 | 7,30 | 7,23 |

Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

cia general descendent provocada fonamentalment pel procés de racionalització i redimensionament empresarial i de formats comercials. Els indicadors de 2013 es caracteritzen per l'estabilitat, amb un comportament –a diferència de l'any anterior- molt similar a la branca majorista que a la minorista. Entre 2008 i 2013 la reducció acumulada dels centres de cotització ha estat força més intensa al comerç a l'engròs -que perd prop del 14,7% dels centres de cotització- mentre que la branca minorista mostra una notable resistència i experimenta una pèrdua de teixit empresarial clarament inferior (-3%).

La dimensió empresarial del comerç al detall és més elevada a Barcelona que a RMB i a Catalunya

Centres de cotització a la Seguretat Social al comerç a Barcelona 1998-2013

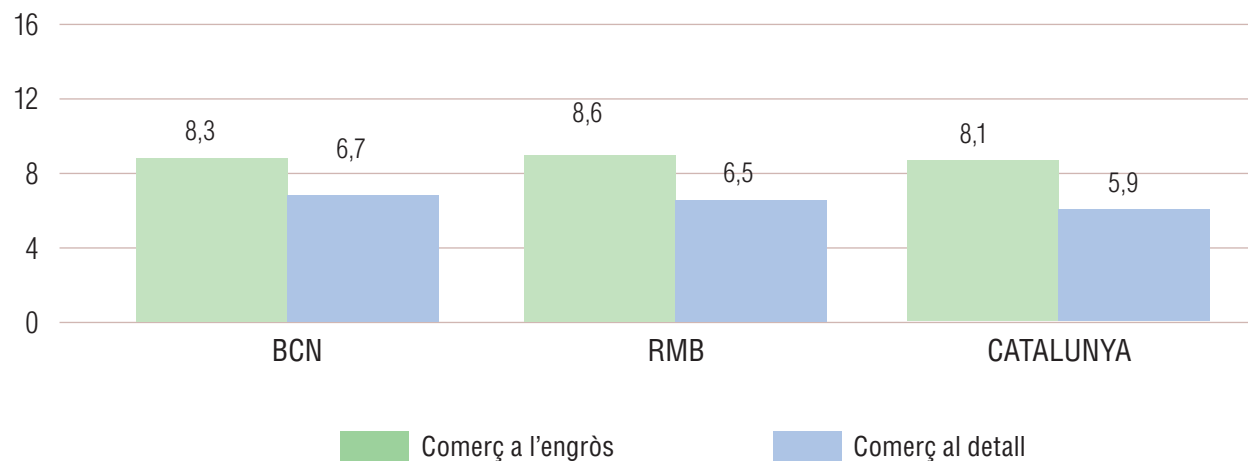


* A partir del 2008 s'utilitza la nova classificació de sectors CCAE-2009.

Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

(amb valors de 6,7, 6,5 i 5,9, respectivament), mentre que en el cas del comerç a l'engròs la dimensió empresarial mitjana a la ciutat (8,3) és inferior a la de la regió metropolitana (8,6), si bé supera la del Principat (8,1).

Assalariats per centre de cotització del comerç 2013



Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

4. EL SECTOR DE L'HOSTALERIA

El sector econòmic de l'hostaleria comprèn dos subsectors d'activitat: els serveis d'allotjament -hotels, altres allotjaments i càmpings-, i els serveis de restauració -restaurants, bars i càterings -⁽¹⁾.

L'afiliació a la Seguretat Social en l'hostaleria

L'any 2013 l'hostaleria a Barcelona compta amb 71.996 afiliats a la Seguretat Social, dels quals 61.494 són assalariats i 10.502 autònoms (el 85,4% i el 14,6% del total, respectivament). El sector concentra el 7,7% del total de la afiliació al règim general i d'autònoms de la Seguretat Social a la ciutat.

Afiliats a la Seguretat Social a l'hostaleria a Barcelona / 4t trimestre 2013

| | Règim General | Variació (%) 2012/2013 | Autònoms | Variació (%) 2012/2013 | Total | Variació (%) 2012/2013 | Pes del sector (%) 2013 |
|------------|---------------|---------------------------|----------|---------------------------|--------|---------------------------|----------------------------|
| Hostaleria | 61.494 | 2,8 | 10.502 | 1,1 | 71.996 | 2,5% | 7,7% |

Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

⁽¹⁾ Aquestes activitats corresponen als epígrafs 551, 552, 553, 559, 561, 562 i 563 de la CCAE-2009.

L'hostaleria ha experimentat un creixement del 2,5% en el nombre de llocs treball entre el quart trimestre de 2012 i de 2013 i mostra una evolució molt més favorable que la de l'ocupació al conjunt de l'economia de la ciutat (+0,2%), fet que la reafirma com el sector on més ha crescut l'ocupació de la ciutat des de l'inici de la crisi. L'augment de la afiliació a l'hostaleria el darrer any es produeix tant entre els assalariats com entre els autònoms (+2,8 i +1,1%, respectivament), i en els dos casos supera clarament l'increment del conjunt de la ciutat (+0,1% i +0,5%, respectivament).

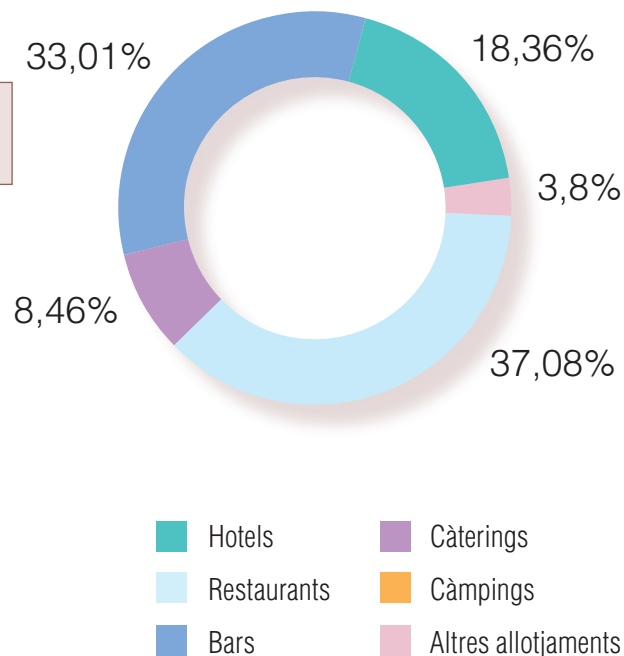
Afiliats a la Seguretat Social a l'hostaleria a Barcelona / 4t trimestre 2013

| | Règim General | Variació (%) 2012/2013 | Autònoms | Variació (%) 2012/2013 | Total | Variació (%) 2012/2013 | Pes del sector s/total (%) |
|-----------------------------|---------------|---------------------------|---------------|---------------------------|---------------|---------------------------|-------------------------------|
| Serveis d'allotjament | 14.949 | 7,4 | 491 | 10,1 | 15.440 | 7,5 | 1,6 |
| Serveis de menjar i begudes | 46.545 | 1,4 | 10.011 | 0,7 | 56.556 | 1,2 | 6,0 |
| Total Hostaleria | 61.494 | 2,8 | 10.502 | 1,1 | 71.996 | 2,5 | 7,7 |
| Pes s/total hostaleria | 85,4% | | 14,6% | | | | |

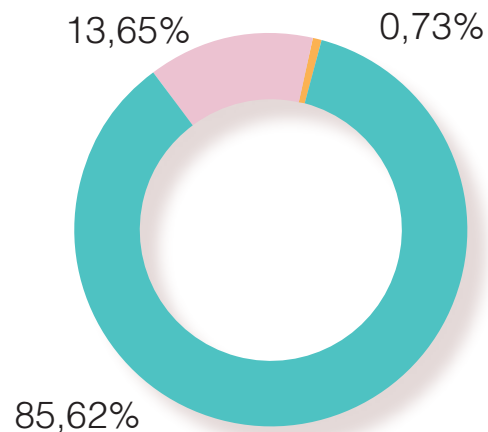
Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Per subsectors, al règim general i d'autònoms de la Seguretat Social es compten 56.556 treballadors de la restauració (el 78,6% dels de l'hostaleria), dels quals gairebé la meitat (el 47,2%) treballa en restaurants. D'altra banda, els serveis d'allotjament absorbeixen 15.440 treballadors (el 21,4% del sector), on destaquen els hotels com a branca majoritària (85,6% del subsector). La restauració i l'allotjament representen el 6% i l'1,6%, respectivament, del total d'afiliats al sistema de la Seguretat Social de la ciutat, de manera que les dues branques de l'hostaleria apleguen juntes el 7,7% dels treballadors de Barcelona. L'any 2013 totes dues guanyen ocupació assalariada, amb un augment que ha sigut notablement més elevat als serveis d'allotjament (+7,4%) que als serveis de menjar i begudes (+1,4%).

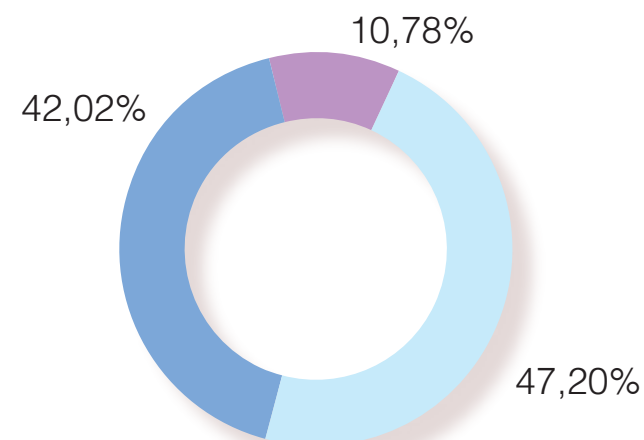
Afiliats totals a l'Hostaleria per branques d'activitat 2013 (% s/total)



Afiliats a les branques del subsector de serveis d'allotjament 2013 (% s/total)



Afiliats a les branques del subsector de serveis de menjar i begudes 2013 (% s/total)



Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Les dades disponibles més recents —corresponents al primer trimestre de 2014— indiquen que la afiliació en l'hostaleria intensifica la tendència ascendent dels anys anteriors (amb un increment interanual del 3,8%) i mostra, novament, un millor comportament que el del conjunt de la ciutat (on l'augment és de l'1,5%). El sector dels serveis d'allotjament segueix sent el que més creixement experimenta el darrer trimestre (+6,7%, molt per sobre de la mitjana barcelonina), amb un major augment del nombre d'autònoms (8,8%) que d'afiliats al Règim General (6,6%). Pel que fa als serveis

de menjar i begudes, en canvi, el nombre d'assalariats augmenta per sobre del nombre d'autònoms (+3,5% i +1,2%, respectivament). Així doncs, ambdós subsectors mostren una evolució més favorable del seu nombre de treballadors que el conjunt de l'economia, posant de manifest la bona salut de la que gaudeix l'hostaleria a la Ciutat Comtal.

Afiliats a la Seguretat Social a l'hostaleria a Barcelona (CCE-2009). Variació interanual (1r trim 2014/ 1r trim 2013)

| | Règim General | | Autònoms | | Total | | |
|-----------------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|-----------------------|
| | 1r trim 2014 | Variació (%) | 1r trim 2014 | Variació (%) | 1r trim 2014 | Variació (%) | Pes s/total hostal(%) |
| Serveis d'allotjament | 15.192 | 6,59 | 497 | 8,75 | 15.689 | 6,66 | 21,6 |
| Serveis de menjar i begudes | 46.943 | 3,47 | 9.976 | 1,17 | 56.919 | 3,06 | 78,4 |
| Total Hostaleria | 62.135 | 4,21 | 10.473 | 1,50 | 72.608 | 3,81 | 100,0 |
| Total sectors BCN | 829.712 | 1,51 | 111.420 | 1,64 | 941.132 | 1,53 | - |

Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

La distribució territorial mostra que, el 2013, aproximadament sis de cada deu dels 101.071 afiliats al règim general del sector de l'hostaleria de la Regió Metropolitana de Barcelona i quatre de cada deu dels 151.551 de Catalunya s'ubiquen a la ciutat central (el 60,8% i 40,6% respectivament)⁽¹⁾. Els serveis d'allotjament mostren una major concentració a Barcelona que els de la restauració pel fet que la seva activitat depèn més directament dels visitants -tant per motiu de negocis com vacacional-, i destaca en especial el fet que més de tres quartes parts dels llocs de treball d'allotjament de la RMB (79,6%) i prop de la meitat de Catalunya (49,2%) es localitzen a Barcelona.

⁽¹⁾ Cal tenir en compte que a les ciutats que exerceixen la funció de capitalitat –com Barcelona- l'efecte seu social sol traduir-se en una certa sobrevaloració de l'estadística d'afiliació i centres de cotització de la Seguretat Social en relació amb els municipis del seu entorn.

Afiliats al Règim General de la Seguretat Social en l'hostaleria per àmbits territorials / 4rt trimestre 2013

| | Barcelona | RMB | Catalunya | Pes Bcn/RMB (%) | Pes Bcn/Catalunya (%) |
|----------------------------|---------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------------|
| Serveis d'allotjament | 14.949 | 18.787 | 30.363 | 79,6 | 49,2 |
| Serveis de menjar i beguda | 46.545 | 82.284 | 121.188 | 56,6 | 38,4 |
| Total | 61.494 | 101.071 | 151.551 | 60,8 | 40,6 |

Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

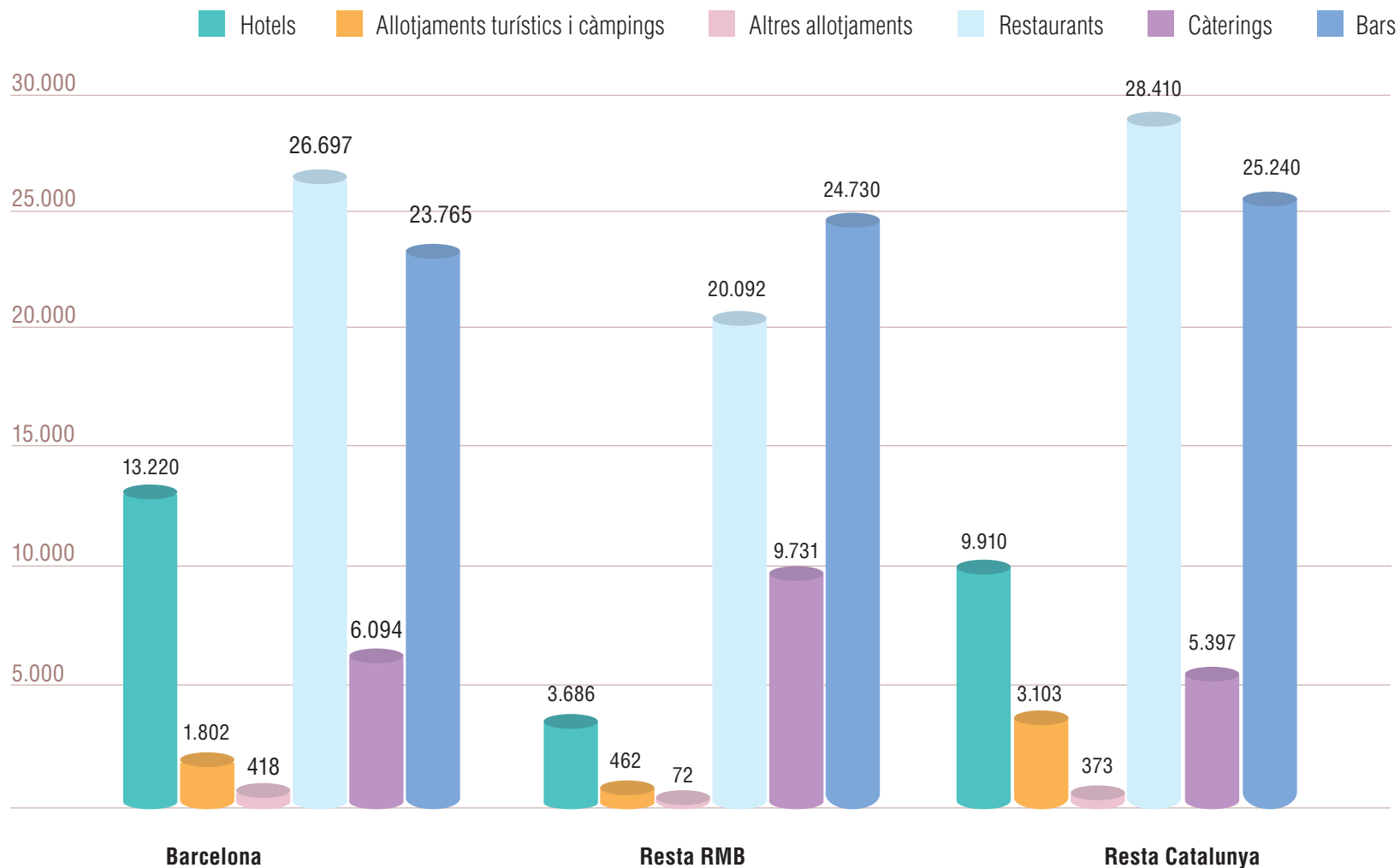
Quant a l'evolució interanual, l'augment de la afiliació al règim general de la Seguretat Social del sector de l'hostaleria ha sigut lleugerament més pronunciat a Barcelona (+2,8%) que a la RMB i Catalunya (+2,4 i +2,7%, respectivament). La ciutat mostra una evolució més favorable en la branca de serveis d'allotjament (+7,4% per +6,3 i +4,1% a la RMB i Catalunya, respectivament) però, en canvi, als serveis de menjar i begudes guanya menys assalariats (+1,4% enfront de +1,6 i +2,3% per a la RMB i Catalunya, respectivament).

Afiliats al Règim General de la Seguretat Social en l'hostaleria per àmbits territorials / 4t trimestre 2013
Variació interanual 2012-2013 (%)

| | Barcelona | RMB | Catalunya |
|-----------------------------|------------|------------|------------|
| Serveis d'allotjament | 7,4 | 6,3 | 4,1 |
| Serveis de menjar i begudes | 1,4 | 1,6 | 2,3 |
| Total | 2,8 | 2,4 | 2,7 |

Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Afiliats al Règim General i d'Autònoms de la Seguretat Social en l'hostaleria / 4t trimestre 2013



Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Centres de cotització

Barcelona compta l'any 2013 amb 7.209 centres de cotització de la Seguretat Social del sector de l'hostaleria⁽²⁾. El pes d'aquesta activitat en relació al conjunt de centres de cotització de la ciutat és del 10,3% i la situa com el tercer sector en aquest indicador, només per darrera del comerç i reparacions i els serveis a les empreses (amb pesos relatius del 24,1 i el 17,9%, respectivament).

Centres de cotització a la Seguretat Social en l'hostaleria a Barcelona / 4t trimestre 2013

| | IV 2012 | IV 2013 | Variació 2013/2012 | |
|-------|---------|---------|--------------------|------|
| | | | Nombre | % |
| Total | 7.095 | 7.209 | 114 | 1,61 |

Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

La ciutat compta amb 6.427 centres registrats com a serveis de restauració i 782 com a serveis d'allotjament, el que representa el 9,1% i l'1,1% del total de Barcelona, respectivament. Així doncs, els serveis de restauració són predominants i representen el 89,2% del teixit empresarial de l'hostaleria, essent els més nombrosos els bars i restaurants -que representen el 46,8 i el 38,4% de tot el sector, respectivament-. D'altra banda, es constata que el pes percentual dels bars dins d'aquest conjunt és molt superior en termes de centres de cotització que d'ocupació, degut a la seva reduïda dimensió empresarial.

⁽²⁾ El nombre de centres de cotització són una aproximació raonable però no exactament equivalent al nombre d'empreses, tal com s'explica al capítol sobre centres de cotització del comerç d'aquest informe.

Centres de cotització de la Seguretat Social en l'hostaleria a Barcelona/ 4t trimestre 2013

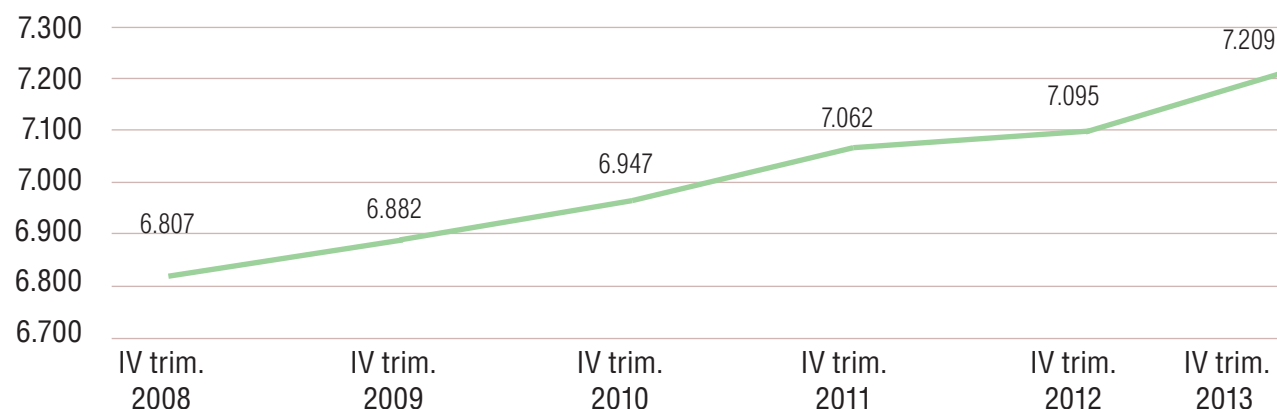
| | 2012 | 2013 | Variació 2012-2013 | Pes s/sector hostaleria (%) | Pes s/total ciutat (%) |
|-----------------------------|-------|-------|-----------------------|--------------------------------|---------------------------|
| Serveis d'allotjament | 676 | 782 | 15,68 | 10,85 | 1,11 |
| Serveis de menjar i begudes | 6.419 | 6.427 | 0,12 | 89,15 | 9,14 |
| Total | 7.095 | 7.209 | 1,61 | 100,00 | 10,25 |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Pel que fa a la dinàmica de creació d'empreses, l'any 2013 es compten 114 centres de cotització més que el 2012 a l'hostaleria de Barcelona, el que suposa un increment de l'1,6% i un comportament més positiu que el del conjunt de l'economia de la ciutat, on aquest indicador es redueix un -2,8%. Com l'any anterior, l'evolució més favorable correspon als serveis d'allotjament (que experimenten un notable augment interanual del 15,7%, per un modest +0,1% de la restauració).

El sector de l'hostaleria mostra una tendència ascendent al llarg del període 2008-2013 que es tradueix en un increment acumulat de 355 centres de cotització i un 5,2% en termes relatius, essent, doncs, l'activitat amb major dinamisme durant la crisi gràcies al comportament de la demanda turística, que es recupera abans i evoluciona molt més favorablement que el consum intern.

Evolució dels centres de cotització de la Seguretat Social en l'hostaleria a Barcelona



Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Per àmbits territorials, Barcelona concentra el 49% dels 14.727 centres de cotització de l'hostaleria de la RMB i el 27,9% dels 25.819 establerts a Catalunya. En els serveis d'allotjament, gairebé 7 de cada 10 centres de cotització de la Regió Metropolitana es localitzen a la ciutat (el 69,9%), evidenciant la forta polaritat turística i de negocis de Barcelona. En relació a Catalunya aquest fet no és tan pronunciat, ja que l'atracció d'altres marques turístiques importants provoca que el pes relatiu de la ciutat en serveis d'allotjament es redueixi a menys d'una tercera part del total (30,2%). La restauració de la ciutat representa el 47,2% dels centres de cotització d'aquesta branca a l'àmbit metropolità, mentre que en relació a Catalunya assoleix el 27,7%.

Centres de cotització de la Seguretat Social en l'hostaleria per àmbits territorials / 4t trimestre 2013

| | Barcelona | RMB | Catalunya | Pes (%) Bcn/RMB | Pes (%) Bcn/Catalunya |
|----------------------------|--------------|---------------|---------------|--------------------|--------------------------|
| Serveis d'allotjament | 782 | 1.119 | 2.588 | 69,9 | 30,2 |
| Serveis de menjar i beguda | 6.427 | 13.608 | 23.231 | 47,2 | 27,7 |
| Total | 7.209 | 14.727 | 25.819 | 49,0 | 27,9 |

Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

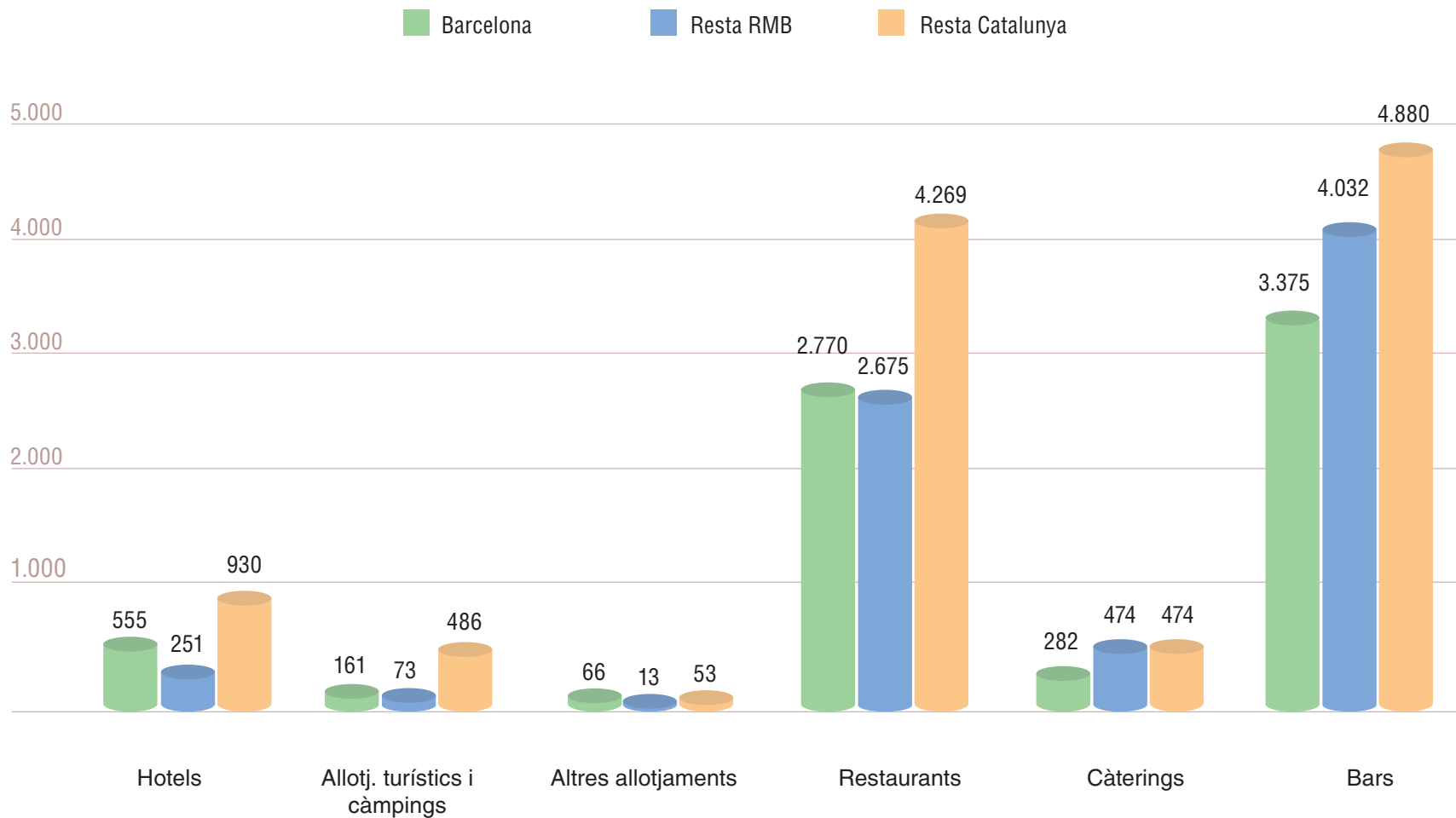
A les dues branques de l'hostaleria, la concentració a Barcelona és més accentuada en termes de llocs de treball que de centres de cotització, posant de manifest que la ciutat tendeix a comptar amb unitats empresarials de major dimensió mitjana.

Centres de cotització de la Seguretat Social en l'hostaleria per àmbits territorials / 4t trimestre 2013
Variació Interanual 2012 / 2013 (%)

| | Barcelona | RMB | Catalunya |
|----------------------------|------------|------------|------------|
| Serveis d'allotjament | 15,7 | 10,0 | 4,4 |
| Serveis de menjar i beguda | 0,1 | 0,0 | 0,2 |
| Total | 1,6 | 0,7 | 0,6 |

Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Centres de cotització de la Seguretat Social en l'hostaleria / 4t trimestre 2013



Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Pel que fa a l'evolució per àmbits territorials, l'evolució del nombre de centres de cotització de l'hostaleria entre el quart trimestre de 2012 i el de 2013 ha estat positiva als tres territoris analitzats. Barcelona és l'àmbit on aquest indicador experimenta major creixement (un +1,6%), mentre que a la RMB i Catalunya l'increment és més moderat (+0,7 i +0,6%, respectivament). Per subsectors, a la restauració el nombre de centres de cotització s'estabilitza als tres àmbits territorials i, en canvi, als serveis d'allotjament experimenta augments rellevants, destacant els de Barcelona (+15,7%) i la RMB (+10,0%) en comparació amb el de Catalunya (+4,4%).

Les darreres dades disponibles —corresponents al primer trimestre de 2014— mostren que el sector de l'hostaleria continua augmentant el seu teixit empresarial, que creix un 2,1% respecte al primer trimestre de 2013. Aquesta evolució és més positiva que la del conjunt de sectors de Barcelona (+1,4%), degut sobretot al notable increment dels centres de cotització als serveis d'allotjament (+15,5%). Tot i així, són els serveis de menjar i begudes els que concentren la major part de les empreses i sector, amb un 88,8% dels centres de cotització.

Centres de cotització a la Seguretat Social en l'hostaleria de Barcelona (1r trim. 2014 / 1r trim. 2013)

| | 1r trim 2014 | Variació en nombre | Variació en % | Pes s/total 2013 (%) |
|----------------------------|-----------------|-----------------------|------------------|-------------------------|
| Serveis d'allotjament | 805 | 108 | 15,5 | 11,2 |
| Serveis de menjar i beguda | 6.395 | 37 | 0,6 | 88,8 |
| Total Hostaleria | 7.200 | 145 | 2,1 | 100,0 |
| Total | 70.372 | 958 | 1,4 | - |

Font: elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

5. VALORACIÓ QUALITATIVA DEL COMERÇ

5.1. ENQUESTA D'OPINIÓ SOBRE EL COMERÇ MITJANÇANT L'ÒMNIBUS MUNICIPAL 2013

L'Òmnibus municipal de comerç ens facilita informació sobre la opinió dels ciutadans respecte al comerç de la ciutat i els seus hàbits de compra.

L'any 2013 s'han efectuat 1.000 entrevistes en cada una de les quatre fases (març, juny, setembre i desembre) entre la població de Barcelona més gran de 16 anys, llars amb telèfon.

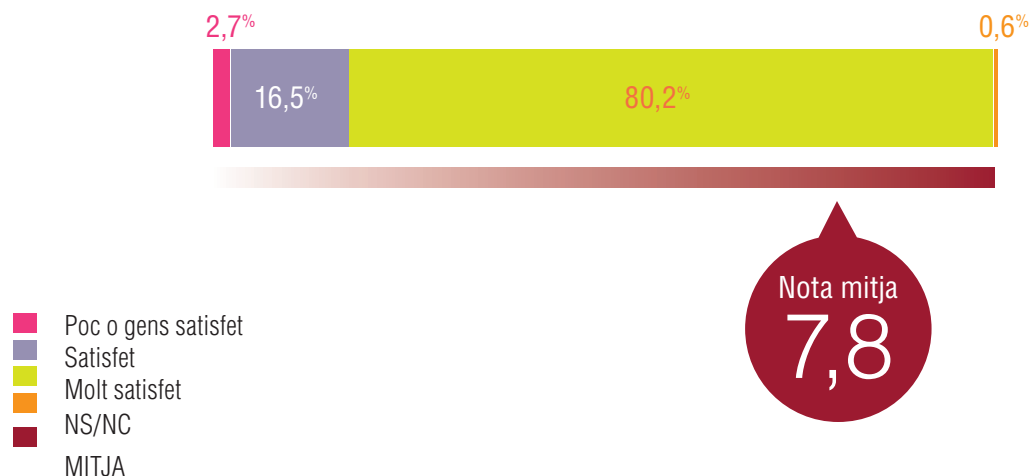
El 51,8% dels barcelonins afirma que acostuma a fer sempre les compres de casa seva. Especialment les dones i les persones de més edat són les que realitzen més les compres de la seva llar.

Valoració sobre el comerç

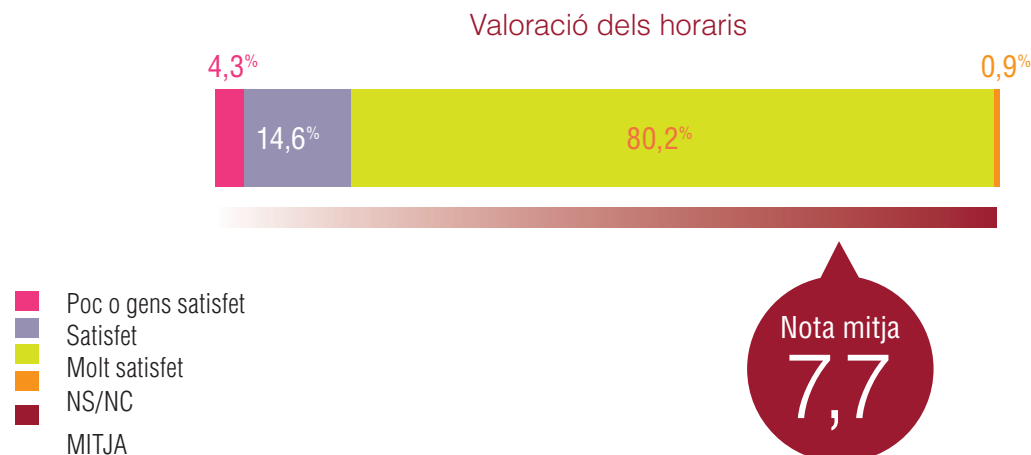
L'oferta comercial, els horaris comercials i l'atenció rebuda són termòmetres que indiquen la satisfacció del ciutadà envers el comerç barceloní i l'evolució marca una tendència estable i molt favorable.

Els entrevistats que acostumen a realitzar les compres de casa seva valoren l'oferta comercial de Barcelona amb una nota mitjana de 7,8 en una escala de l'1 al 10.

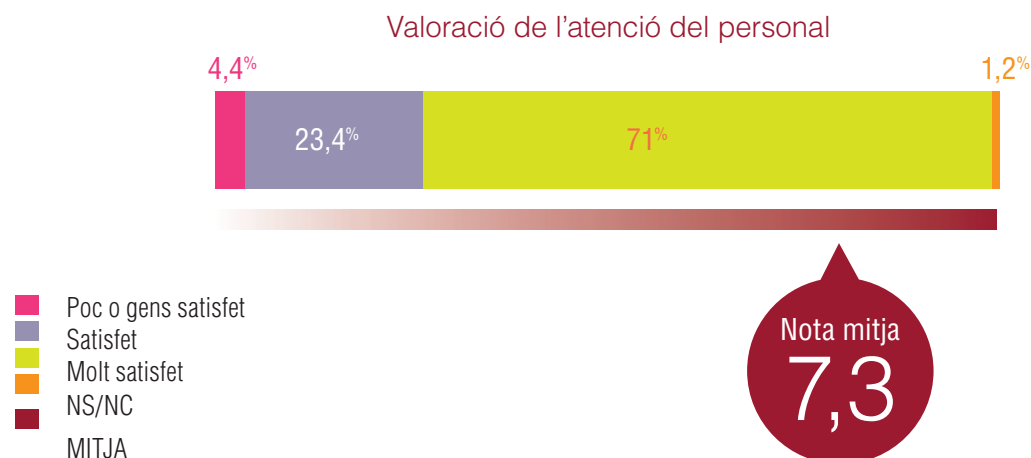
Valoració de l'oferta comercial



Quan es demana pel grau de satisfacció amb els horaris comercials, els compradors els valoren amb una nota mitjana de 7,7.

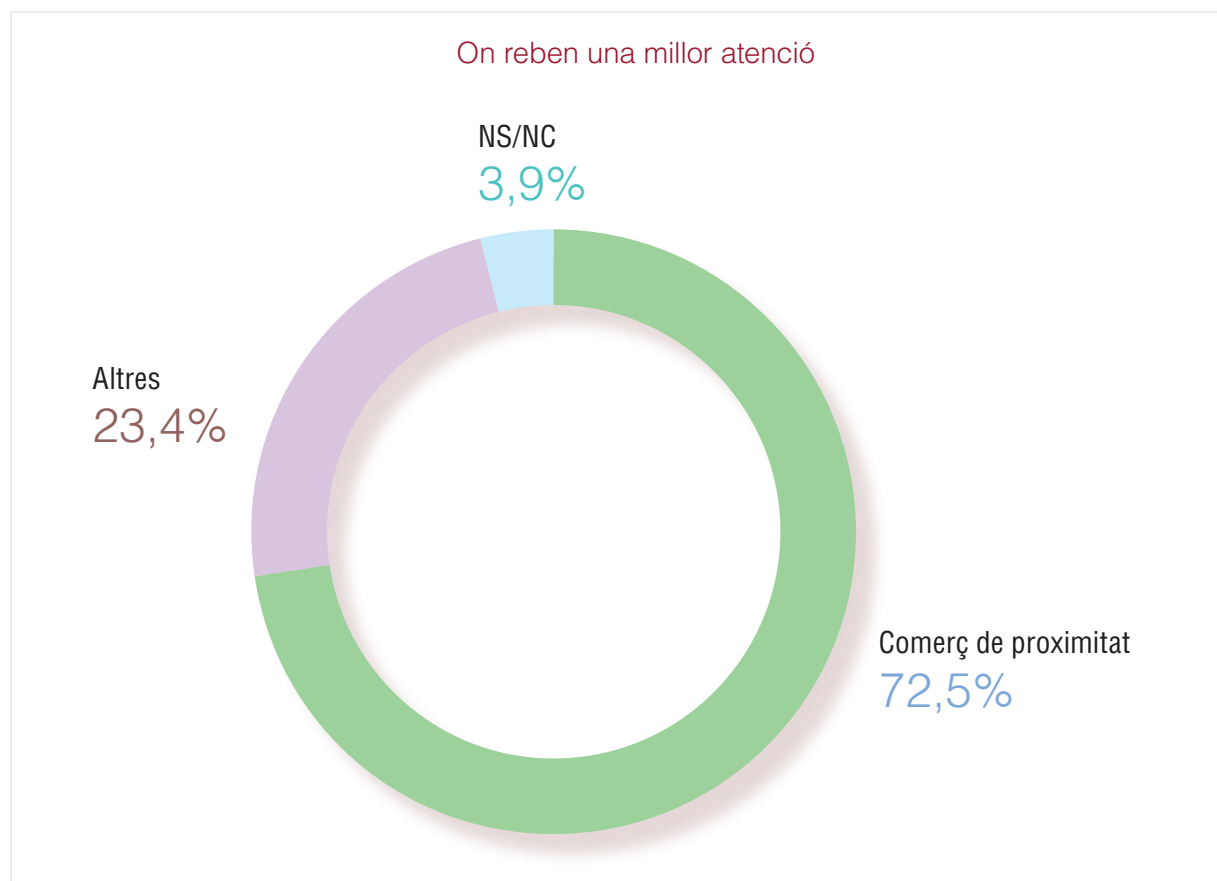


Respecte a l'atenció personal per part dels comerciants es valora amb un 7,3 de mitjana sobre 10. El 68,1% dels compradors es mostra molt o força satisfet, el 25 % n'està satisfet i el 4,1 poc o gens.



L'atenció segons el tipus de comerç

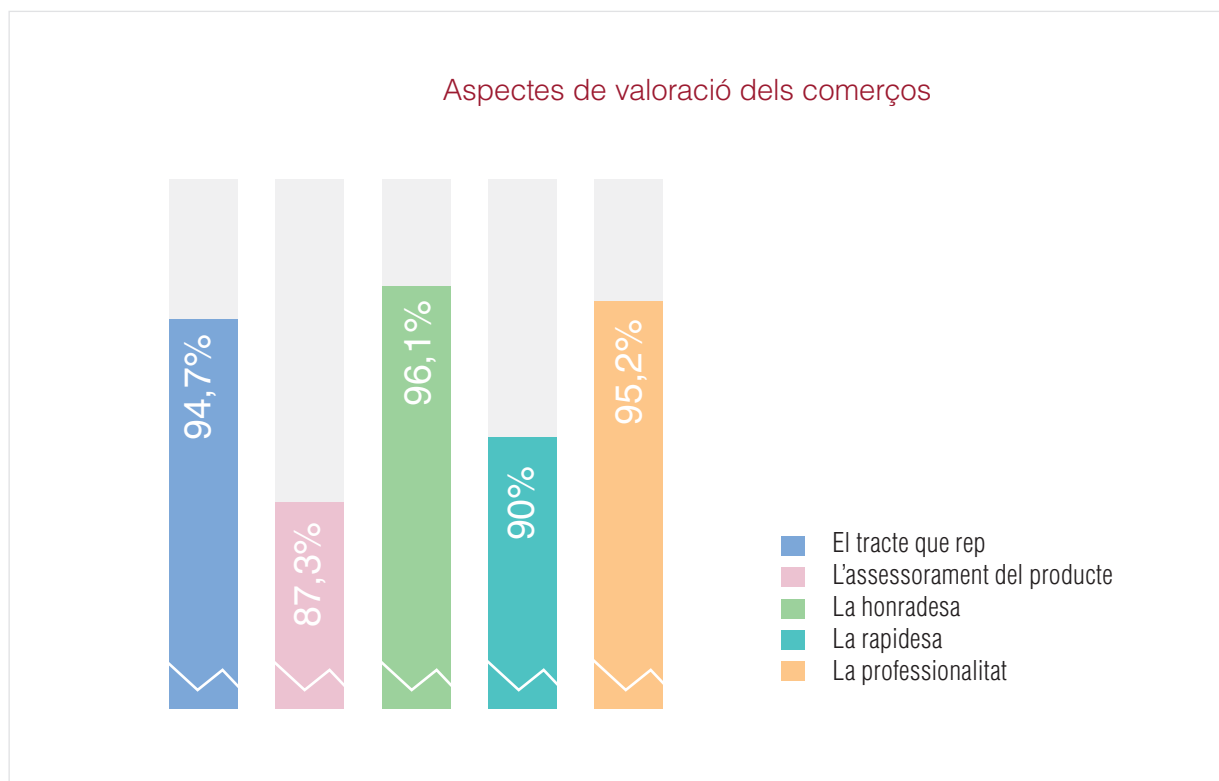
El 51,5% de barcelonins considera que les botigues de barri o especialitzades són l'establiment on millor els atenen, per davant dels mercats municipals (21,0%), supermercats (12,3%), centres comercials (6,0%) i grans magatzems (2,7%).



Grau d'importància de diferents aspectes comercials

A la qüestió del grau d'importància que donen a una sèrie d'aspectes relacionats amb l'atenció comercial, els aspectes més valorats són:

El 96,1% valora com a molt o bastant important l'honradesa de la persona que atén en un comerç. També valoren molt positivament, la professionalitat (95,2%) i el tracte rebut (94,7%).



Hàbits de compra segons tipologia de productes

Alimentació / altres productes d'ús quotidià

El supermercat és l'establiment preferit per comprar l'alimentació (no fresca) (58,6%) i altres productes d'ús quotidià (73,0%), tendència que en els últims dos anys es frena lleument. Respecte l'alimentació fresca, les persones entrevistades diuen comprar-la al mercat municipal (41,0).

La gran majoria dels barcelonins per anar a comprar els aliments i productes d'ús quotidià es desplacen a peu, un 82%. En el cas de l'alimentació fresca arriba a un 86,6%.

Roba i calçat

Les botigues de barri o especialitzades continuen sent les preferides pels barcelonins per anar a comprar la roba i calçat (48,4%), amb una tendència a estabilitzar-se en els darrers dos anys; a continuació el centre comercial (31,8%) o a un gran magatzem (14,0%).

El transport utilitzat per efectuar aquestes compres és anar a peu (38,1%) i el transport públic (41%).

Parament de la llar

Per a la compra de productes de parament de la llar, es manté la tendència creixent, la majoria dels barcelonins sol anar a botigues de barri o especialitzades (52,3%), seguit de grans magatzems (20,0%) i centres comercials (19,5%).

El sistema utilitzat de transport és anar a peu 35,3%, mentre que un 31,5% hi va en cotxe.

Productes d'oci i cultura

Finalment, pel que fa a la compra de productes d'oci i cultura , més de dos terços (68,8%) dels barcelonins opta per comprar aquests productes a les botigues de barri o especialitzades, per davant dels centres comercials (16,2%), gran magatzems (9,1%) o internet (1,5%).

El desplaçament s'efectua majoritàriament a peu (60,5%), en transport públic un 21% i el transport privat 13,0%.

QUADRE COMPARATIU ANY 2013

| | On va a comprar? | | Com hi va? | | Com paga? | |
|------------------------------------|--------------------------------------|------|----------------|------|-----------|------|
| Alimentació | | | | | | |
| | Al supermercat | 58,6 | A peu | 82,0 | Efectiu | 58,5 |
| | Al mercat municipal | 18,3 | Transp. privat | 12,1 | Targeta | 37,9 |
| | A la botiga del barri/especialitzada | 15,1 | Transp. públic | 4,7 | | |
| | A l'hipermercat | 2,3 | Altres | 1,1 | | |
| | Al centre comercial | 3,0 | | | | |
| | A grans magatzems | 1,4 | | | | |
| Alimentació fresca | | | | | | |
| | Al mercat municipal | 41,0 | A peu | 86,6 | | |
| | A la botiga del barri/especialitzada | 28,3 | Transp. privat | 9,1 | | |
| | Al supermercat | 26,3 | Transp. públic | 3,6 | | |
| | A l'hipermercat | 1,7 | Altres | 1,2 | | |
| | Al centre comercial | 1,1 | | | | |
| | A grans magatzems | 0,6 | | | | |
| Altres productes quotidians | | | | | | |
| | Al supermercat | 73,0 | A peu | 27,0 | Efectiu | 56,5 |
| | A la botiga del barri/especialitzada | 17,5 | Transp. privat | 28,9 | Targeta | 39,9 |
| | A l'hipermercat | 3,4 | Transp. públic | 22,3 | | |
| | Al mercat municipal | 0,9 | | | | |
| | A grans magatzems | 1,7 | | | | |
| | Al centre comercial | 3,1 | | | | |

QUADRE COMPARATIU ANY 2013

| | On va a comprar? | | Com hi va? | | Com paga? | |
|----------------------------|--------------------------------------|------|----------------|------|-----------|------|
| Roba i calçat | | | | | | |
| | A la botiga del barri/especialitzada | 48,4 | A peu | 38,1 | Targeta | 66,0 |
| | Al centre comercial | 31,8 | Transp. públic | 40,5 | Efectiu | 31,2 |
| | A grans magatzems | 14,0 | Transp. privat | 20,4 | | |
| | Al mercat municipal | 1,1 | Altres | 1,0 | | |
| | A l'hipermercat | 0,9 | | | | |
| Parament de la llar | | | | | | |
| | A la botiga del barri/especialitzada | 52,3 | A peu | 35,3 | Targeta | 69,1 |
| | Al centre comercial | 19,5 | Transp. públic | 26,8 | Efectiu | 23,2 |
| | A grans magatzems | 20,0 | Transp. privat | 35,1 | | |
| | A l'hipermercat | 2,2 | Altres | 2,9 | | |
| | Al supermercat | 1,2 | | | | |
| | Al mercat municipal | 0,3 | | | | |
| Oci i cultura | | | | | | |
| | A la botiga del barri/especialitzada | 68,8 | A peu | 60,5 | Efectiu | 46,7 |
| | Al centre comercial | 16,2 | Transp. públic | 22,3 | Targeta | 45,6 |
| | A grans magatzems | 9,1 | Transp. privat | 13,4 | | |
| | Per internet | 1,5 | Altres | 3,8 | | |
| | Al supermercat | 0,3 | | | | |
| | A l'hipermercat | 0,4 | | | | |

Zones comercials

El 75,5% dels barcelonins afirma comprar en alguna zona comercial de la ciutat, per un 23,1% que diu que no hi va mai.

La zona comercial més freqüentada és Barnacentre i Corte Inglés plaça Catalunya (21,5%), ubicada a la centre històric de la ciutat, per davant de el centre comercial La Maquinista (17,4%, l'Illa Diagonal i el Corte Inglés Diagonal (15,7%), el centre comercial Diagonal Mar (12,5%) i el de les Glòries (11,2%).

Pel que fa al tipus de producte que els barcelonins van a comprar a aquestes zones comercials, principalment s'hi compra roba i calçat (71,5%), oci i cultura (24,4%), productes d'alimentació (24,3%) i articles parament de la llar (14,8%).

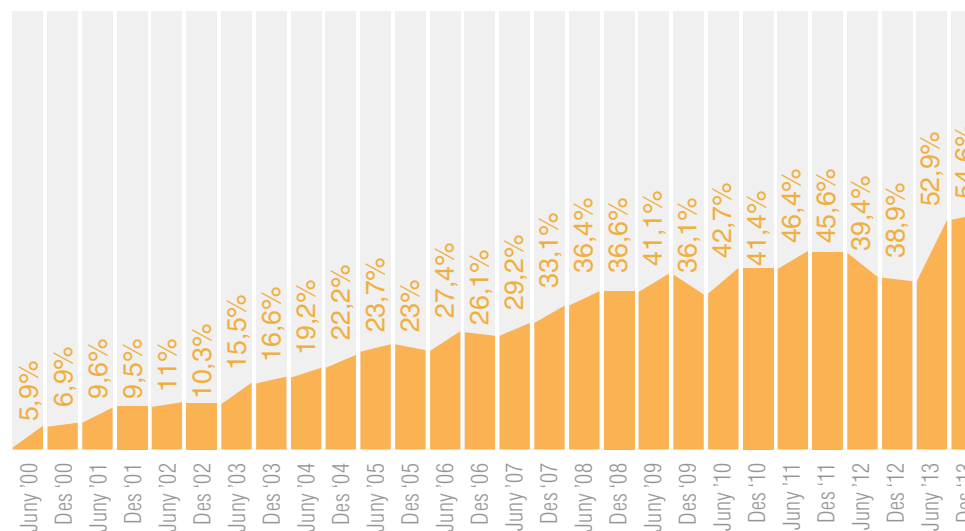
Els aspectes més valorats de les zones comercials on es va comprar és la varietat (36,5%) i en segon lloc la proximitat (29,2%), així com la concentració de botigues (19,0%), l'espai (13,4%) i el tracte al client (8,6%)

Comerç electrònic

El 54,6% dels barcelonins ha comprat alguna vegada per internet, percentatge que ha anat a l'alça des de l'inici de la sèrie, amb lleus retrocessos però amb un creixement constant.

La gran majoria dels que han comprat alguna vegada per internet ho fan de manera ocasional (67,4%) i els productes que més es compren per Internet són relacionats amb l'oci (58,3%), el 31,8% ha comprat productes i serveis d'informàtica i telefonia, un 28,7% roba i calçat i el 7,0% parament de la llar.

Ha comprat alguna vegada per internet?



L'obertura dels comerços en diumenge

Per altra banda, l'obertura en diumenge genera divisió d'opinions, un 38% dels barcelonins està en contra de que s'obrin els comerços els diumenges, el 33% es mostra favorable i el 27% és neutral.

Es mostren més partidaris de que els comerços obrin en diumenge els homes (36,1%), a mesura que minva l'edat de l'entrevistat, sobretot al segment de 16 a 24 anys (54,5%).

5.2. ENQUESTA SOBRE L'ACTIVITAT DEL SECTOR COMERCIAL A BARCELONA

L'objectiu principal de l'enquesta de l'activitat del Sector Comercial de la Ciutat de Barcelona és conèixer les característiques dels establiments comercials, l'opinió dels seus responsables sobre l'activitat comercial a la ciutat i les perspectives de futur.

L'actual informe es basa en les entrevistes realitzades a responsables de 2.400 establiments comercials visitats entre el 21 de maig i el 9 de desembre de 2013.

La mostra comprèn 2.400 establiments comercials, dels quals 497 són de titularitat no espanyola. El motiu perquè s'ha procedit a fer dues submostres és copsar més específicament les característiques dels comerços de les dues titularitats, així com les opinions dels responsables corresponents. Alhora s'han efectuat canvis en la definició del sector comercial al que pertanyen els establiments i actualització de la mostra, fet que podria incidir en alguns dels resultats de l'estudi 2013.

Les característiques

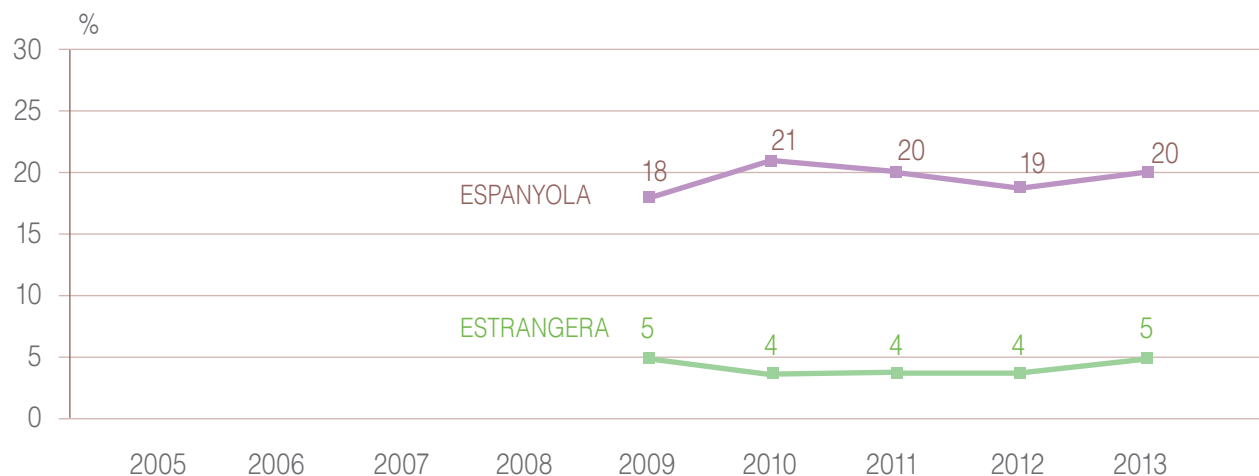
Comerç innovador i dinàmic: El 55,7% d'aquests establiments van obrir entre 2000 i 2013, la mitjana d'antiguitat dels establiments és de 17 anys, en els darrers anys s'ha rebaixat aquesta mitjana. Els més recents són d'alimentació (16 anys), decoració-llar (16 anys) i automoció (15 anys). Els districtes amb comerços més antics és Sarrià-Sant Gervasi (24 anys mitjana).

La mitjana d'antiguitat dels establiments de titularitat espanyola és de 20 anys i els de titularitat no espanyola 5 anys.

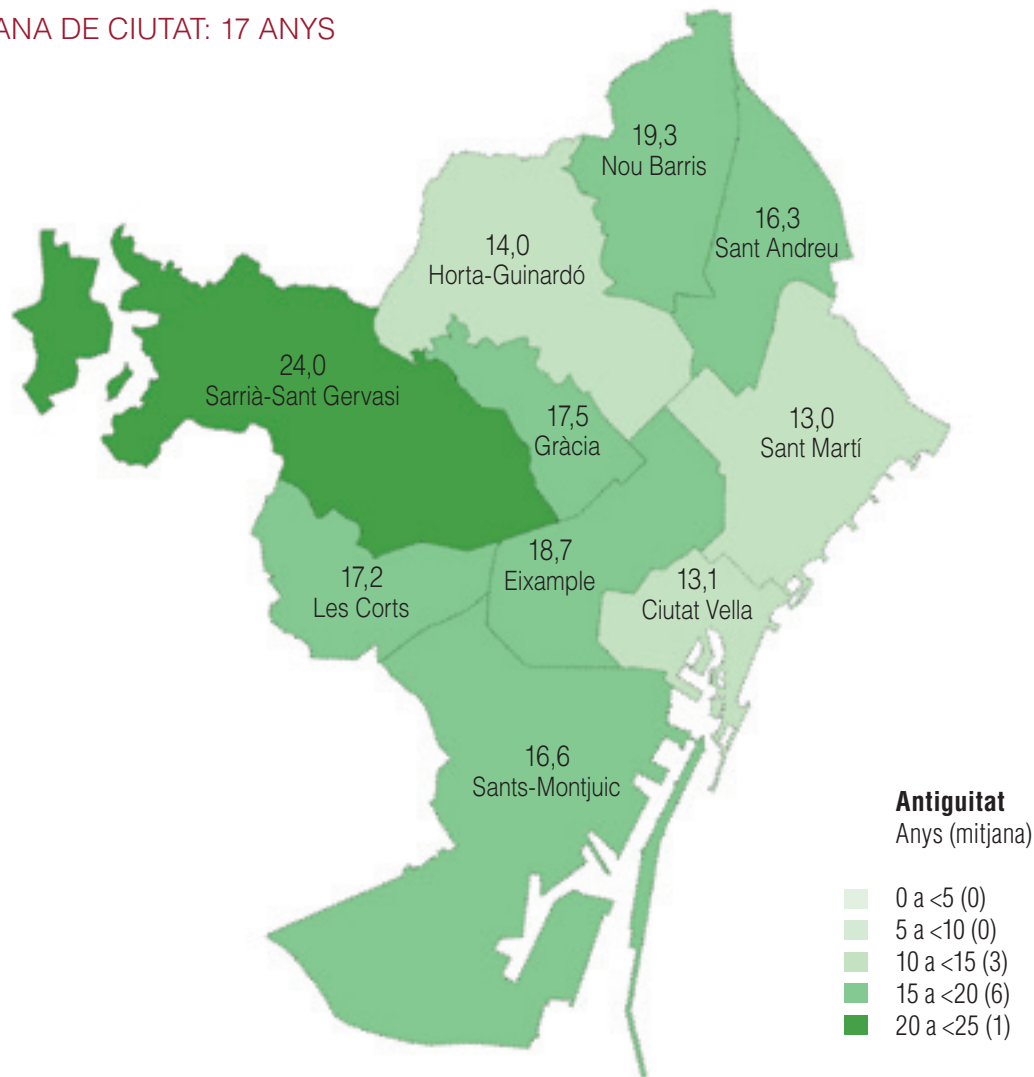
Dos terços dels establiments són societats civils particulars, el 23% societats limitades i el 6,5% societats anònimes.

El 5,0% dels establiments comercials són una franquícia i més de la meitat d'origen català (59,2%). I el 8,9% dels negocis compten amb alguna central de compres.

Any d'obertura establiment per nacionalitat (mitjana)

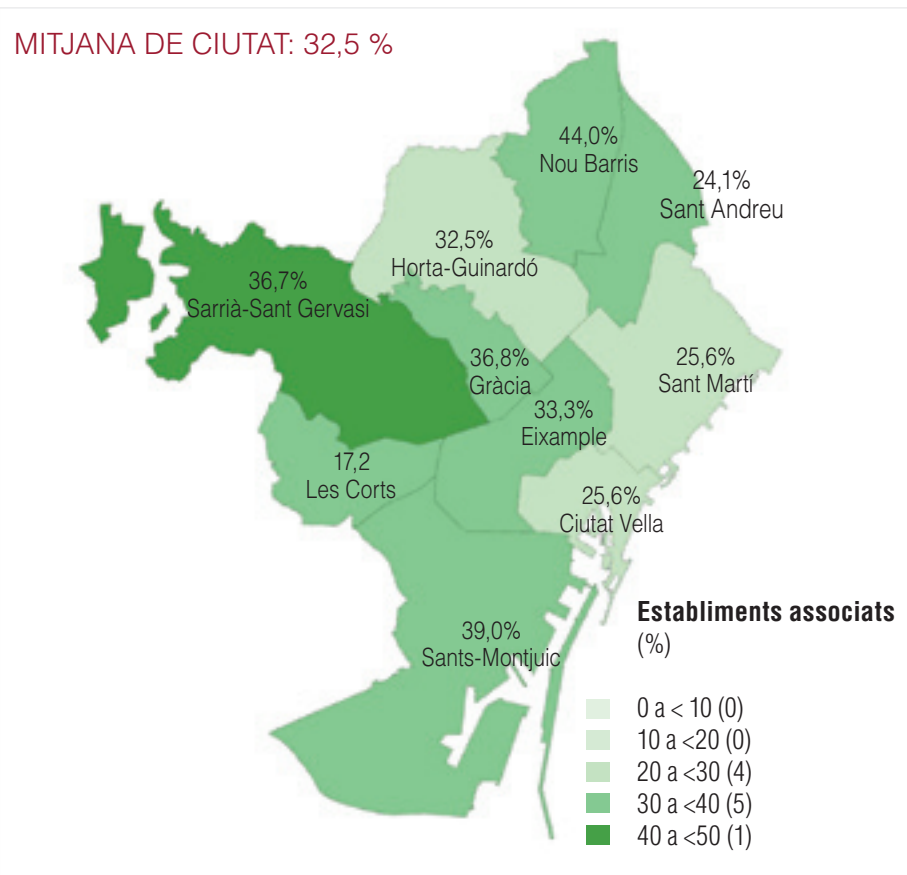


MITJANA DE CIUTAT: 17 ANYS



L'Associacionisme

El 32,5% dels comerços està associat. Les associacions són gremials o de comerciants, i també són entitats del mateix carrer, centre o eix comercial. Les parades d'alimentació dels mercats són les que presenten un índex d'associacionisme més alt (57,8%) i, per districtes Nou Barris (44,0%). Respecte als comerços de titularitat no espanyola l'índex és del 6,0%.



El local comercial

Locals comercials a peu de carrer. La situació dels establiments visitats, el 93,7% són botigues aïllades al carrer, el 5,0% parades de mercats municipals i l'1,3% botigues en centres o galeries comercials.

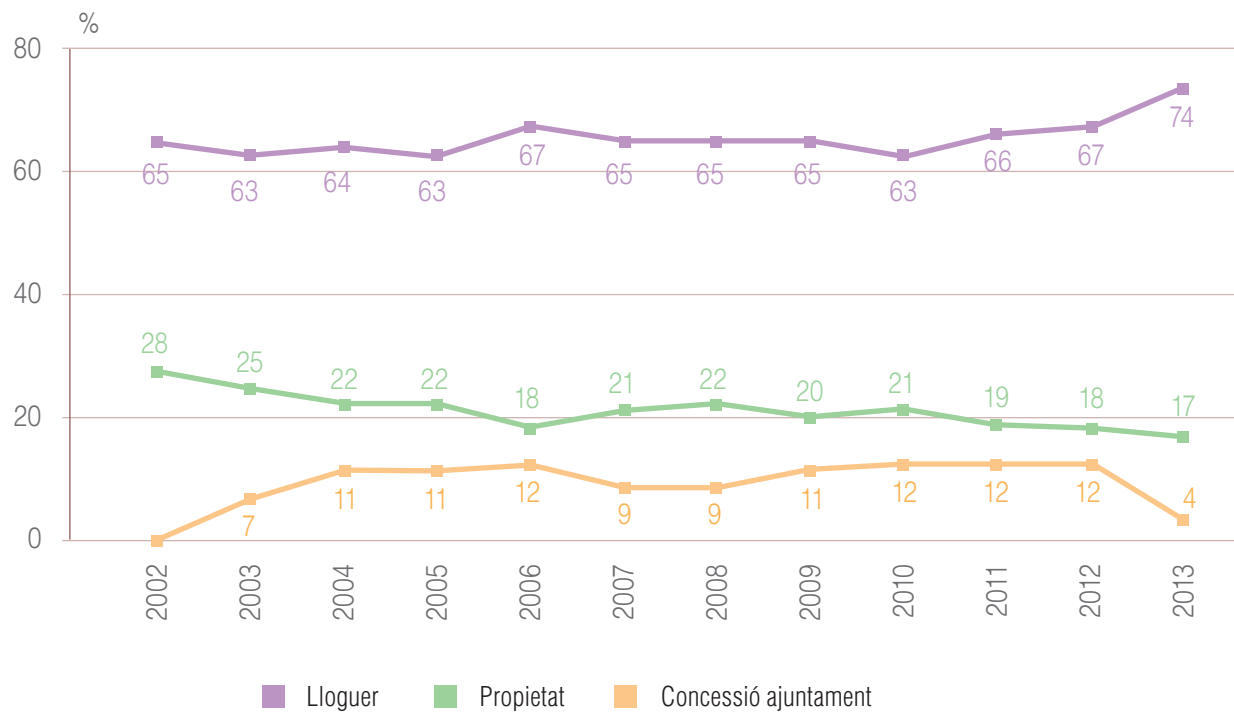
La superfície mitjana de la sala de vendes dels locals comercials (parades de mercat no incloses) és de 90,5 m². Les sales més grans es troben en els sectors d'automoció (217 m²) i decoració-llar (123,5 m²). Les sales de venda de titularitat no espanyola sobrepassen la mitjana, 109 m². L'Eixample és el districte amb botigues més grans (135,0 m²).

Comerç sense barreres. Respecte a l'accessibilitat a la sala de vendes, en el 37,0% dels casos l'entrada no té desnivell, en el 45,6% hi ha un graó baix (menys de 12 cm), en el 12,1% un graó mitjà (de 12 a 20 cm), en el 2,3% un graó de més alt de 20 cm; i en el 2,9% hi ha més d'un graó o una escala. El 80,1% té una obertura a l'entrada de la sala de vendes amb una amplada superior a 70 cm. El 19,9% la té igual o inferior a 70 cm.

Identificació del comerç. El 72,0% dels rètols dels establiments estan escrits en català (el 2009 sumaven el 63%), el 27,0% en castellà, el 6,4% en anglès i el 1,5% en altres llengües.

Règim de tinència de local. El 74,3% dels locals visitats són de lloguer, el 17,0% de propietat i l'4,3% són concessió municipal. Els sectors de farmàcia-drogueria-perfumeria i de decoració i llar són el que tenen més locals de propietat (28,8% i 22,9% respectivament). Pràcticament tots els establiments de titularitat no espanyola són de lloguer (93,8%).

Règim de tinença de local

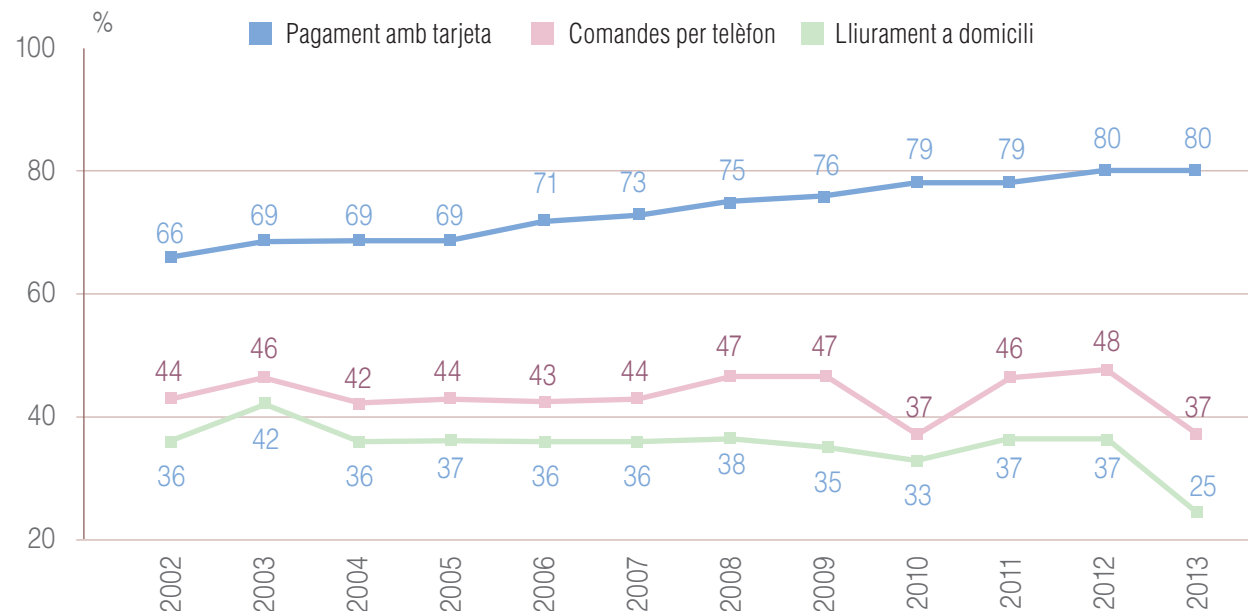


Els serveis

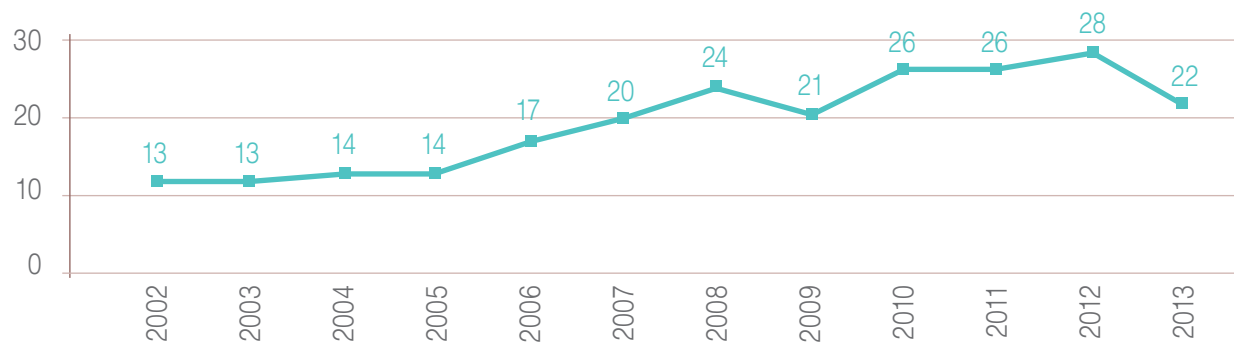
Els comerços de la ciutat ofereixen un ventall de serveis a la ciutadania, afegint el valor de qualitat i una funció important de relació entre comerciant i consumidor. A continuació es destaca els serveis oferts:

- El 55,5% dels comerços diu tenir un sistema de venda assistida. El 32,2% disposa d'un sistema de lliure servei assistit, i el 10,0% té un sistema de lliure servei.
- Els comerços que disposen de cobrament amb targeta sumen el 80,4%, el darrer mes el cobrament amb targeta va suposar de mitjana el 37,9% del total de la facturació.
- El 37,0% dels establiments tenen servei de comandes per telèfon, sobretot, el sector d'alimentació de mercats (52,6%) i farmàcia-drogueria-perfumeria (44,7%).
- El 25,3% dels establiments visitats ofereix portar les compres al domicili. Aquest servei és més habitual als rams de decoració i llar (42,8%), d'alimentació de mercats (37,9%) i automoció (35,9%).
- El 59,7% dels comerços té la gestió informatitzada. Els sectors més informatitzats són vins-tabacs (86,0%), automoció (84,4%), farmàcia-drogueria-perfumeria (82,9%) i equipament personal (64,9%).
- Els establiments que disposen de web sumen 22,2%.

El seu comerç disposa dels següents serveis?



Disponibilitat de pàgina web



Els horaris i les vendes

L'obertura habitual en el comerç barceloní és de dilluns a dissabte, en concret el 80,5% dels establiments obren en aquest interval, i un 19,5% tots els dies de la setmana.

El 20,0% dels comerços treballen els diumenges; en el cas dels comerços de titularitat no espanyola és el 42,9%.

La majoria d'establiments, un 63,1% fan horari partit de matí i tarda, de dilluns a divendres i el 36,1% fa jornada contínua

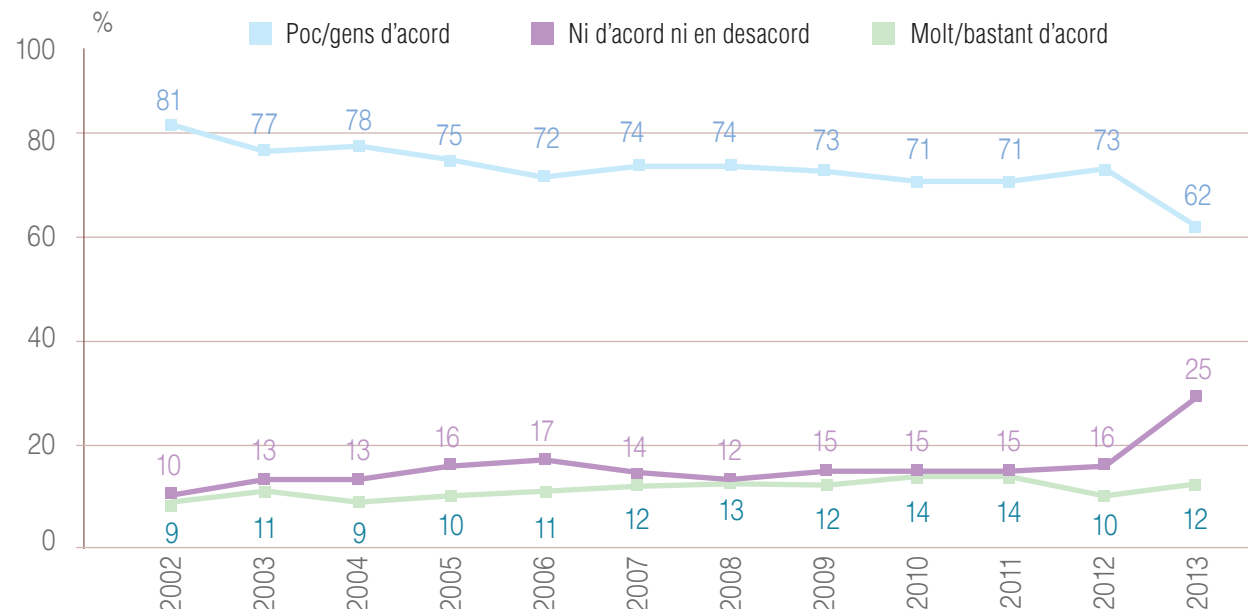
Es realitzen més vendes els mesos de desembre (46,1%), juliol (22,2%) i gener (18,6%), els dies divendres (47,1%) i el dissabte (41,5%) i en general, el dilluns, el dimarts i el dimecres són els dies de la setmana de menys venda.

Sobre la intenció d'obrir diumenge

Més de la meitat dels comerços no està d'acord en obrir el diumenge, en total un 61,4%, en contraposició al 24,9% que ho veu bé i el 12,3% es mostra indiferent.

L'opinió més estesa és que cada comerç hauria de poder decidir (37,3%), per altra banda, un 23,8% és partidari de que s'hauria de prohibir obrir en diumenge, el 14,6% s'hauria de mantenir com actualment i el 14,3% que s'hauria de restringir més. Els establiments de titularitat no espanyola són els més partidaris de la llibertat d'actuació (52,9%).

Des de 2009 hi ha una tendència dels partidaris a prohibir els festius, a disminuir, mentre que augmenta els que estan a favor de la lliure elecció.

El seu comerç disposa dels següents serveis?**El personal**

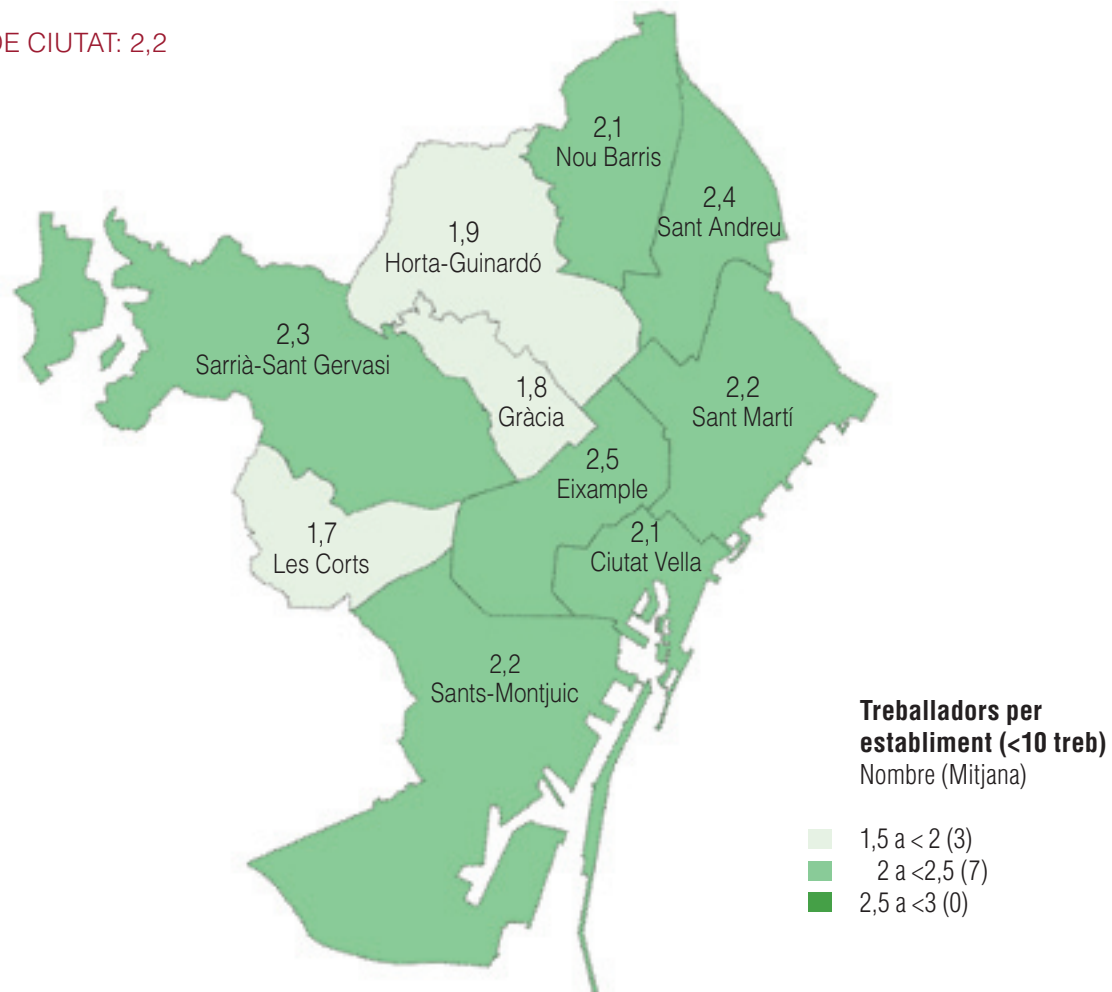
La mitjana de treballadors en un establiment comercial és de 2,2, si l'establiment pertany a un eix comercial la mitjana és de 2,3. Per altra banda, el 82,8% de les persones treballen a temps complet i durant el 2013 gairebé un 32% ha fet algun curs formatiu.

Característiques del tipus de personal:

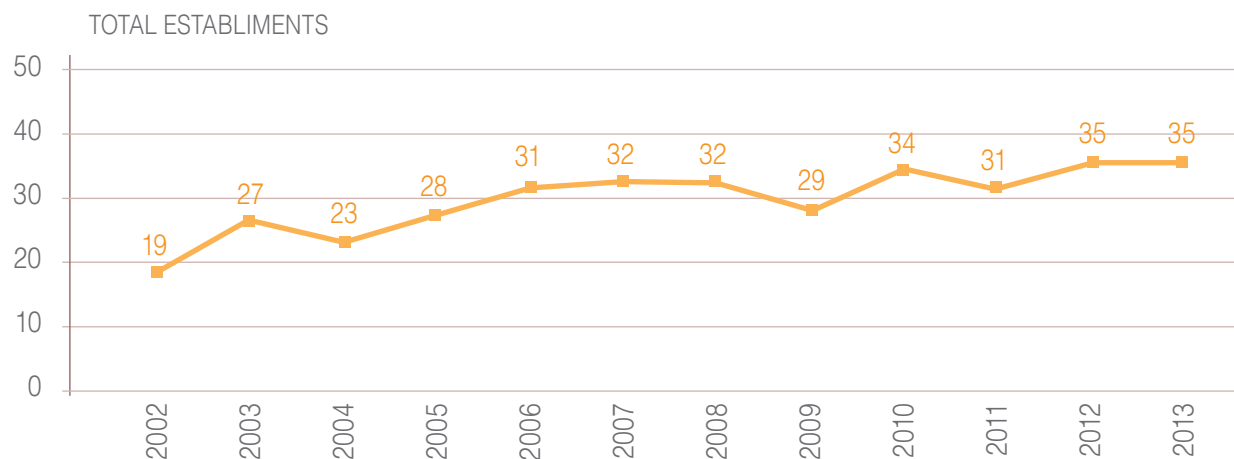
- El 48,3% dels treballadors són empleats/des, el 33,1% propietaris/es i el 18,5% encarregats.
- Treballen més dones (55,0%), que homes (44,9%), en el cas de titularitat no espanyola el percentatge d'homes és major, 63,3%.

- L'edat del personal és entre 25 i 54 anys.
- El nivell d'estudis és primordialment primaris i secundari (74,0%).
- L'atenció al client és fa en castellà (96,4%), català (82,8%), anglès (33,8%) o altres llengües (22,3%).

MITJANA DE CIUTAT: 2,2



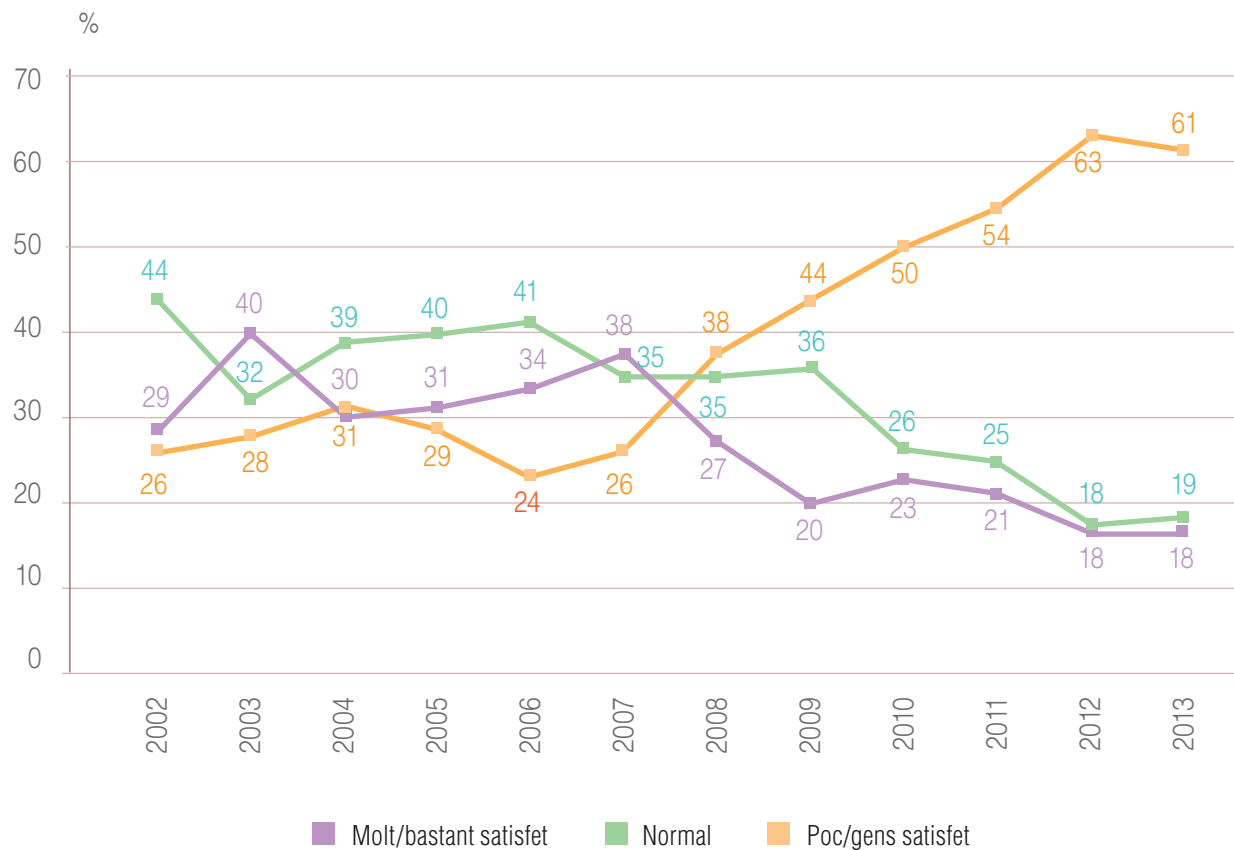
Han fet formació els últims dos anys



La conjuntura del sector comercial

El 2013 la situació econòmica, política i social del país continua essent la màxima preocupació dels responsables dels comerços visitats. El 61,0% dels responsables dels comerços es mostra poc o gens satisfet de la marxa del seu negoci, tot i que la tendència és estable respecte a l'any anterior.

Satisfacció sobre la marxa del negoci



Factors influents en la marxa del negoci

Els responsables entrevistats manifesten espontàniament que allò que més pot afavorir la bona marxa del seu negoci en el futur són les millores de les condicions econòmiques generals (18,9%) i del poder adquisitiu (18,5%). Així com un millor tractament fiscal (12,6%), la millora del barri (7,0%), la publicitat (6,8%), el foment del petit comerç (5,2%) i la regulació de les noves obertures (4,9%).

Tot i que la situació econòmica general és el factor decisiu que impedeix la bona marxa del negoci (95,6%).

Perspectives dels propers dos anys

El 23,1% opina que el volum del negoci augmentarà en els propers dos anys, el 40,3% creu que es mantindrà igual i el 19,6% que disminuirà.

Els més optimistes confien en una millora econòmica i política (62,5%) i els més pessimistes es basen en la desconfiança d'aquesta situació econòmica i política (55,4%).

Canvis realitzats i canvis programats

Un 48,4% dels establiments comercials han realitzat canvis els dos darrers anys, els més comuns són:

- Decoració (39,2%)
- Modernització de les instal·lacions (30,92%)
- Canvi d'assortiment (19,0%)
- Incorporació de noves activitats (17,8%)
- Reducció del nombre d'empleats (16,9%)

Respecte als canvis pel proper any, un 26,4% dels establiments s'han plantejat algun tipus de reforma tal i com s'ha indicat més a dalt.

5.3. ENQUESTA SOBRE L'ACTIVITAT DEL SECTOR RESTAURACIÓ 2013

L'objectiu principal de l'enquesta és conèixer les característiques dels establiments de restauració de la ciutat així com l'opinió i les perspectives futures que tenen els seus responsables sobre l'activitat del sector.

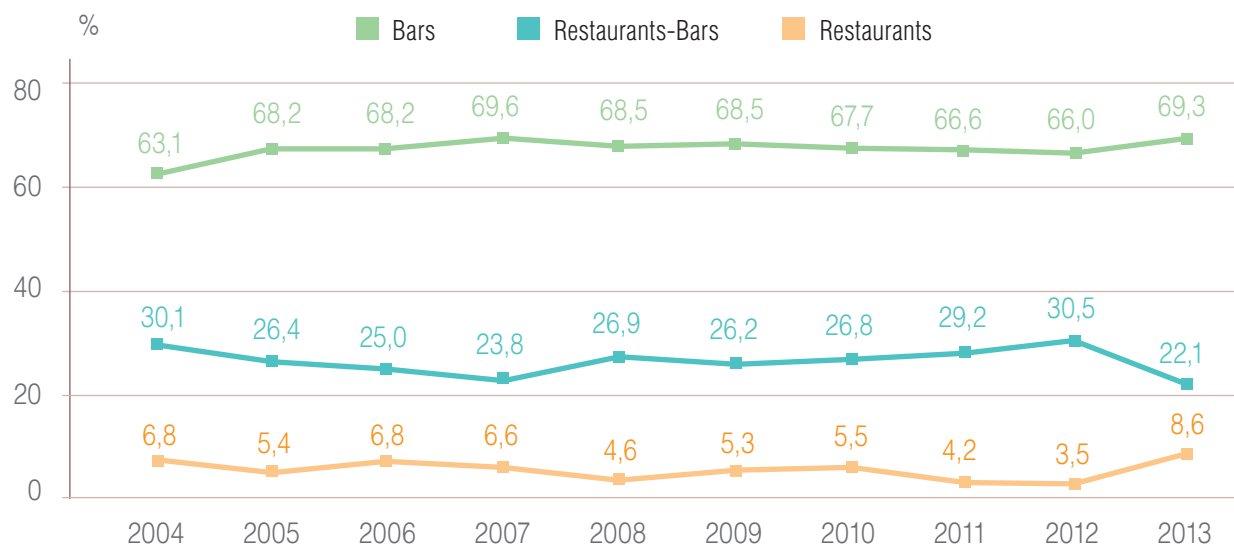
Les característiques dels establiments

L'antiguitat mitjana dels establiments és de 12 anys, cal anotar que el 33,7% dels establiments són dels últims tres anys.

El 74,4% dels negocis són societats civils particulars, el 16,5% societats limitades i el 1,7% societats anònimes.

La representació de franquícies continua sent baixa, només un 2,9%, es tracta sobretot de cafeteries de procedència catalana.

Tipus d'establiment

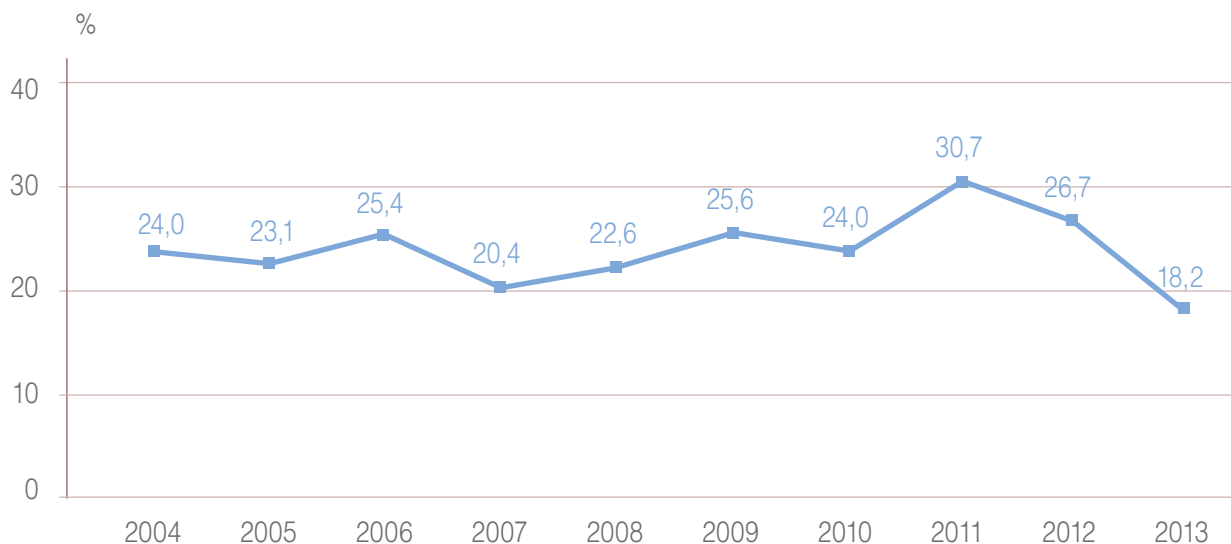


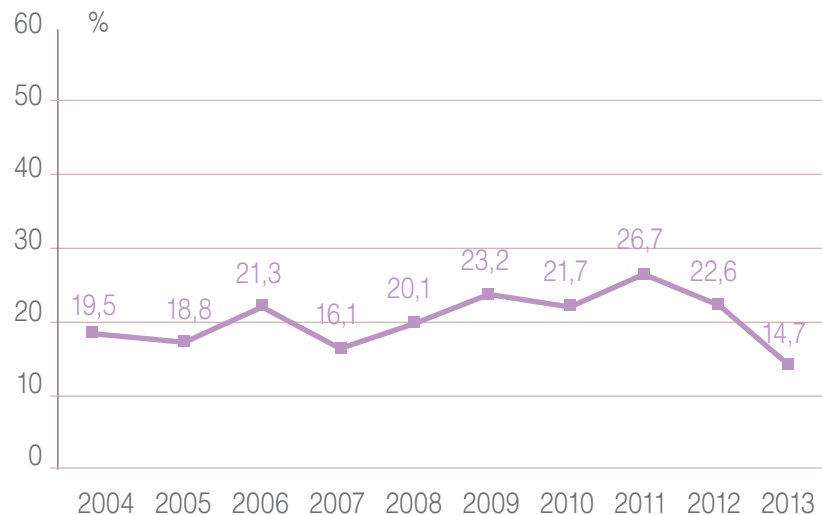
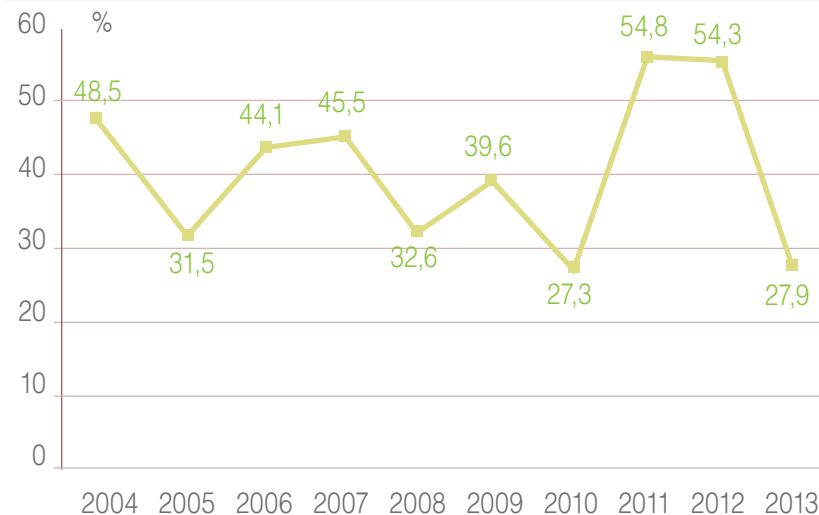
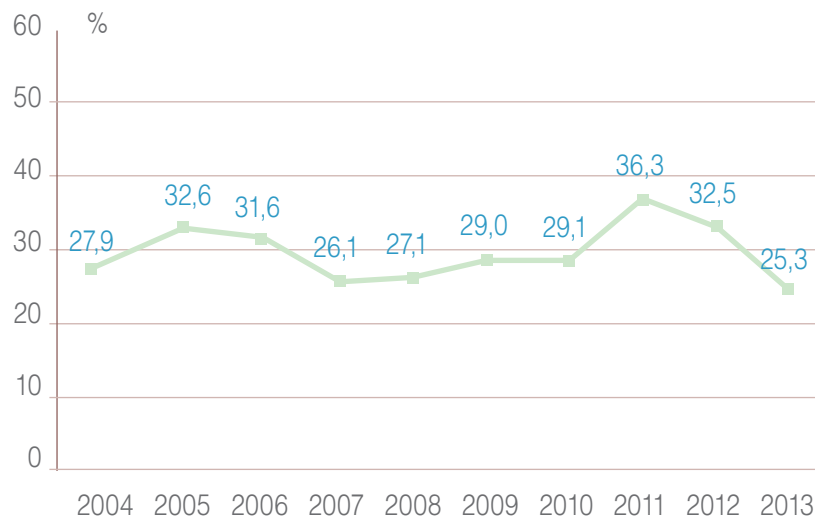
L'associacionisme

Un 18,2% dels establiments estan associats (el 2012 era 26,7%) i la majoria pertany al Gremi de Restauració de Barcelona (66,6%) i entitats de comerciants del seu carrer o barri.

Els serveis que ofereixen les associacions sectorials són assessorament (20,3%), actes socials (8,2%), informació (9,3%), promocions i publicitat (9,3%), formació (13,7%) i decoració Nadal (2,7%).

Pertinença a associacions o entitats



Bars associats**Restaurants associats****Restaurants-bars associats**

El local

La superfície mitjana de la sala dels establiments de restauració és de 71,2 m², en el cas dels restaurants la mitjana és de 115 m², els restaurants -bars és de 91 m² i en el cas dels bars, 59 m².

El 47,6% dels establiments té terrassa amb una superfície mitjana de 9,9 m².

El lloguer és el règim de tinença de local predominant (87,1%). I els locals de propietat són el 10,1%.

Volum d'activitat i horaris

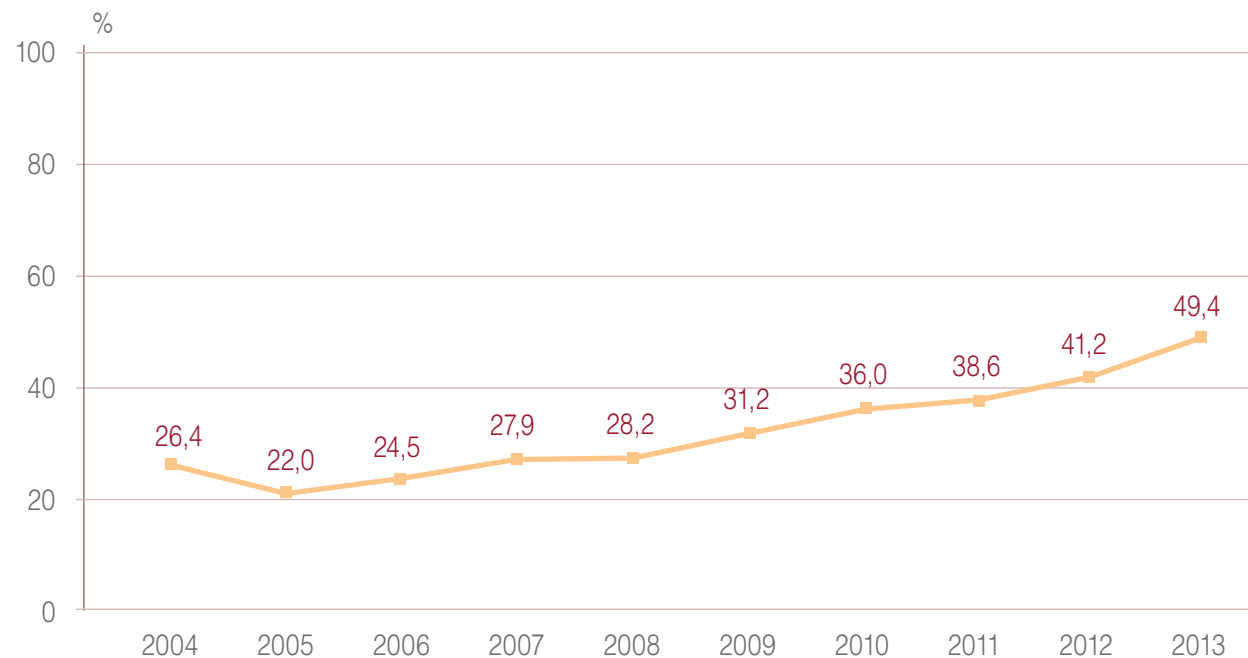
Els mesos de juny (17,0%), juliol (29,3%), agost (19,1%) i desembre (17,5%) són els de més feina al sector de la restauració. I els mesos de febrer (30,5%) i gener (29,9%) els de menys activitat.

La mitjana d'obertura és de 6,5 dies a la setmana, gairebé tots els establiments treballen de dimarts a divendres.

L'últim any ha augmentat els establiments oberts els 7 dies de la setmana, arribant al 54,9%.

Els serveis

El 49,4% dels establiments de restauració ofereixen la possibilitat de pagar en targeta. En el cas de restaurants arriba a un 84,9% i en el cas dels bars a un 36,1%.

El seu establiment disposa de pagament amb targetes?

Evolució de preus

Respecte a l'evolució dels preus de diferents productes hi ha un encariment evolutiu. El preu d'un cafè o altres begudes, com la cervesa i els refrescs s'incrementa any rere any, de manera gradual en el període 2004-2013.

Taula d'evolució de preus (Mitjana)

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Un cafè | 0,88 € | 0,94 € | 0,99 € | 1,00 € | 1,05 € | 1,07 € | 1,08 € | 1,09 € | 1,10 € |
| Una cervesa | 1,28 € | 1,38 € | 1,44 € | 1,50 € | 1,58 € | 1,62 € | 1,63 € | 1,63 € | 1,55 € |
| Un refresc | 1,29 € | 1,36 € | 1,44 € | 1,50 € | 1,55 € | 1,59 € | 1,62 € | 1,63 € | 1,61 € |
| Un menú, en cas de tenir-ne | 8,06 € | 8,95 € | 8,86 € | 9,50 € | 9,44 € | 9,45 € | 9,37 € | 9,65 € | 9,68 € |

Vals restaurant

El 23,0% dels establiments disposa de xecs-restaurants, sobretot bars-restaurants (50,2%). Els més comuns són Ticket-Restaurant (89,6%), Cheque-Gourmet (67,8%) i Sodexho (53,5%).

AGEDI, SGAE

El 24,9% dels establiments paguen una comissió en concepte de drets d'autor, l'any 2010 era el 30,7%.

El personal

Continua la tendència a la baixa en la mitjana general de nombre de persones que treballen al sector de restauració, l'any 2013 és de 3,0 persones.

Perfil dels treballadors del sector: el 51,0% són treballadors, el 34,6% propietaris de l'establiment i el 14,4% encarregats.

Treballen més homes (58,6%) que dones (41,4%), entre 25 i 44 anys (61,1%) i respecte el nivell d'estudis, un 36,5% té formació primària, el 31,3% secundària i el 11,5% secundària professional i el 7,3% universitaris.

Respecte a la formació, el 27,9% ha fet algun curs de formació durant els últims dos anys.

El 57,4% del personal és de nacionalitat espanyola, el 2,9% europea i el 36,3% d'altres nacionalitats.

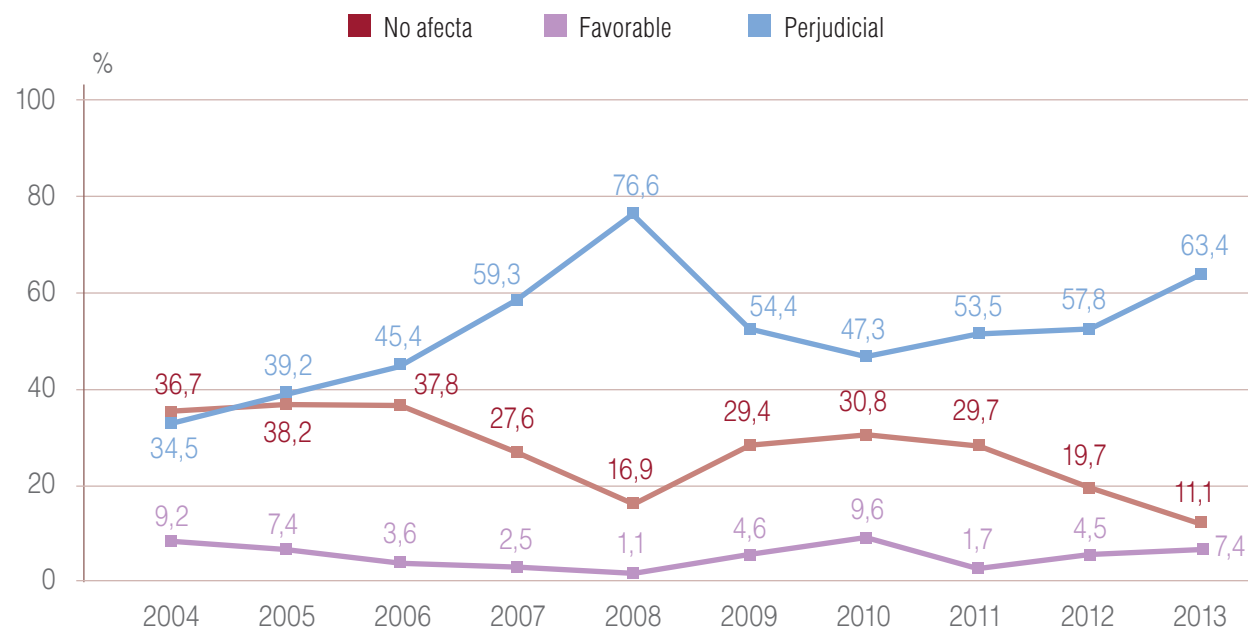
La conjuntura

El 2013, el 12,6% dels responsables dels establiments de restauració es mostren satisfets sobre la marxa del seu negoci, la nota de satisfacció obtinguda seria 2,1.

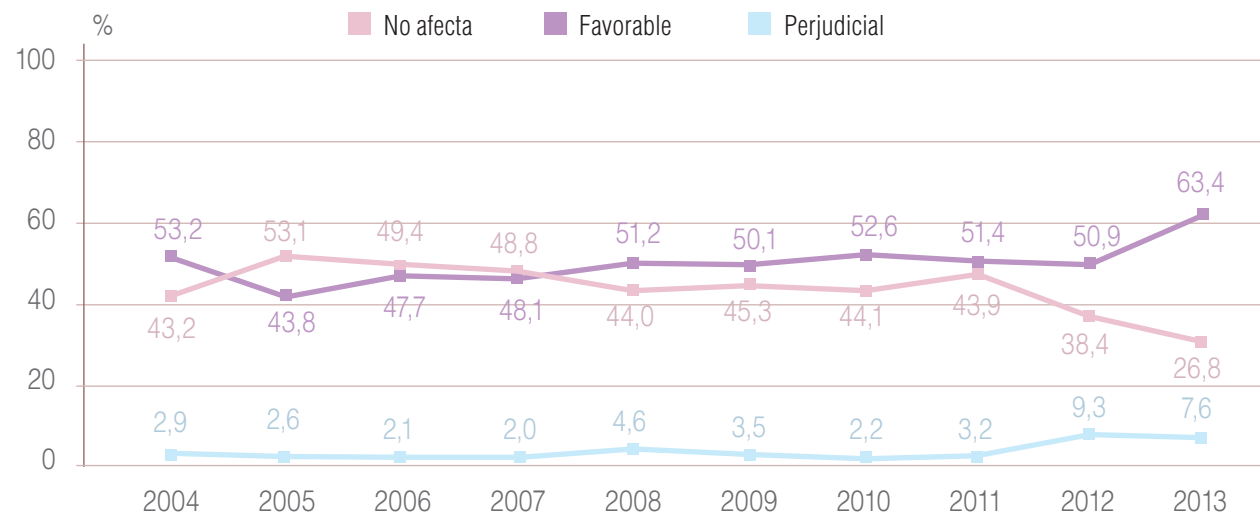
Factors influents en el negoci

Gairebé tots els responsables opinen que la situació econòmica general perjudica a tot el sector (93,7%) i que el tipus d'interès es converteix en una altra dificultat afegida (63,4%). Per altra banda, aspectes que ajudarien a remuntar el negoci: turisme (63,4%) i creació noves àrees d'oci (45,4%)

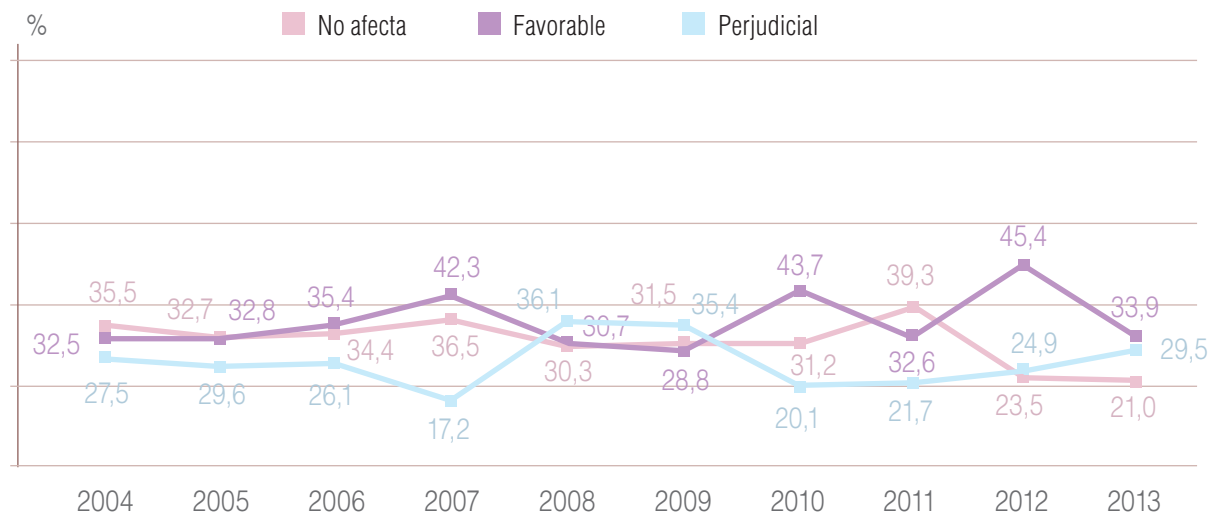
Tipus d'interès



Turisme



Creació de noves àrees d'oci



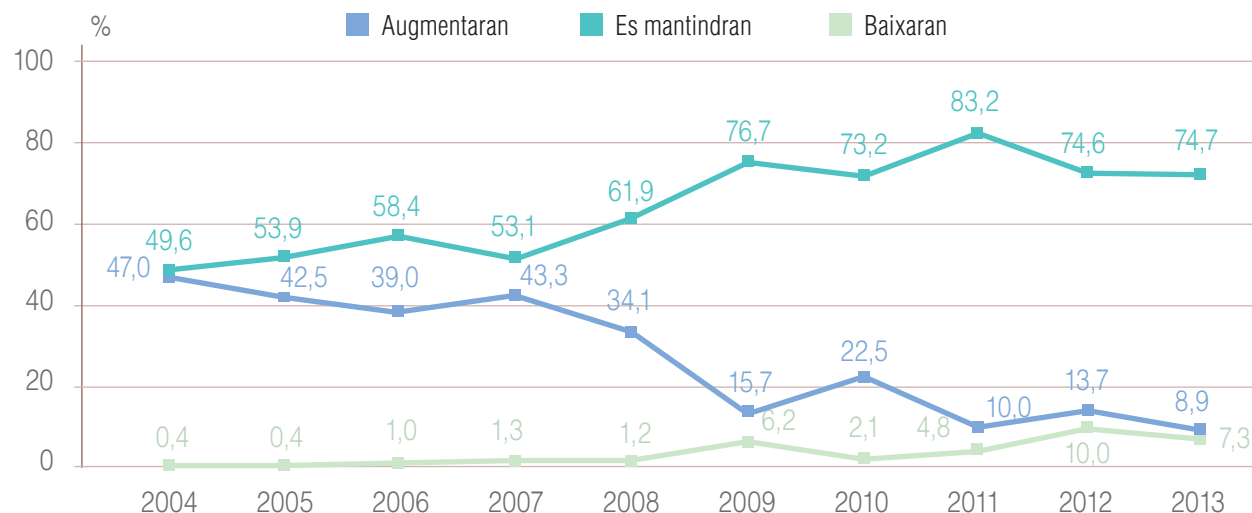
Evolució del negoci en el futur

El 37,7% opina que es mantindrà igual, el 21,4% que serà de signe negatiu i el 21,8% de signe positiu.

Respecte a les previsions de la plantilla de personal són de manteniment, un 74,4%, una disminució el 11,4% i un augment del 5,4%.

Continua l'opinió d'un manteniment dels preu, un 74,7%, el 8,9% apunta cap a un augment i un 7,3% cap a una reducció.

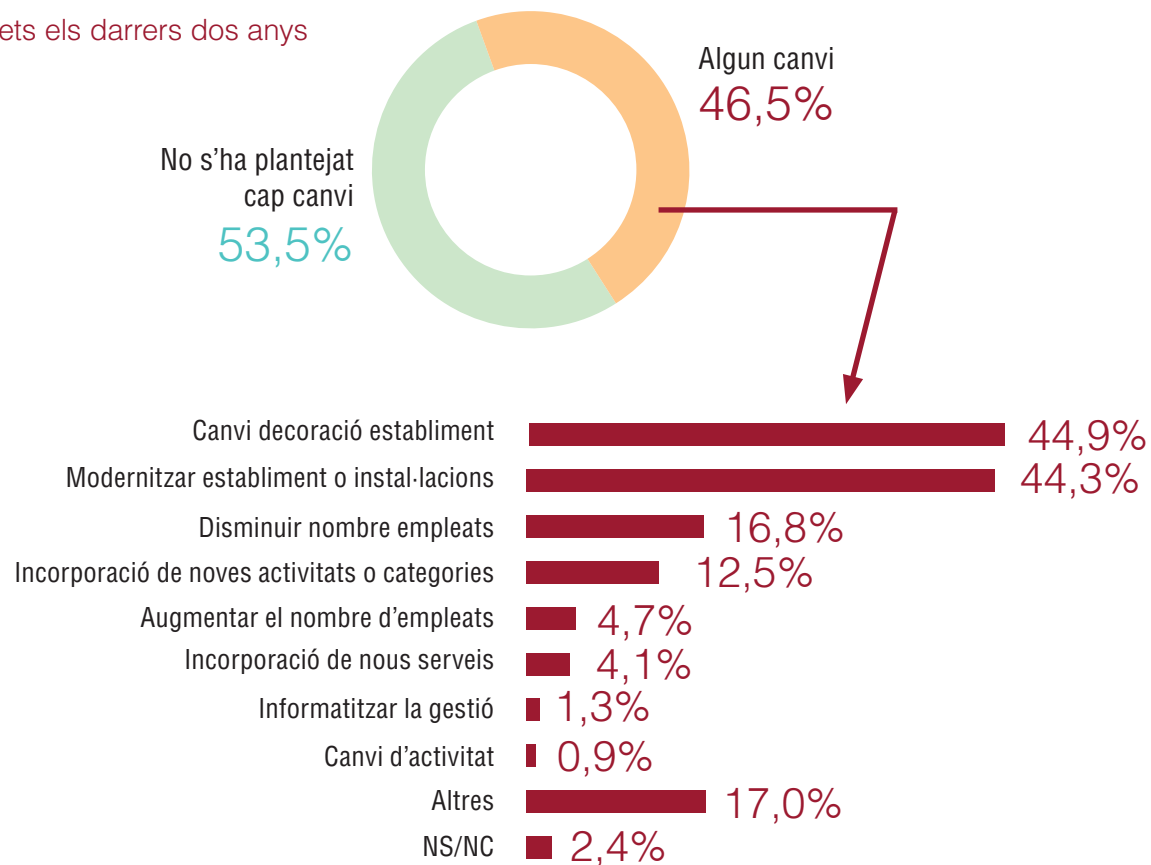
Evolució dels preus de venda al públic en futur immediat



Canvis en el negoci

El 45,4% dels responsables han realitzat algun canvi en els darrers dos anys com ara modernitzar o decorar de nou el local.

Canvis fets els darrers dos anys



5.4. ALTRES ESTUDIS

Indicadors de comerç a Barcelona (ICOB)

Els estudis ICOB els elabora ESADE amb les dades obtingudes dels comerços associats als setze eixos comercials de la Fundació Barcelona Comerç, la qual cosa els converteix en la recerca més completa de la realitat comercial de la ciutat.

Segons de l'últim trimestre del 2013, la meitat dels comerços de Barcelona (49,1%) ha mantingut o millorat en algun cas, la facturació respecte a l'any anterior.

- S'ha moderat la caiguda de les vendes un 5,3% respecte al mateix període de 2010.
- Les dues últimes setmanes de Nadal, la facturació dels comerços va augmentar el 2%. Per contra, la facturació de la primera setmana oficial de rebaixes ha estat un 2,3% inferior que la de l'any passat.
- Millora lleugerament l'actitud davant la despesa i l'afluència als comerços (67,7% i 73,5%, respectivament), mentre que s'incrementen les compres més petites (68%), s'adquireixen productes cada vegada més llistats (60,8%) i es persegueixen més les ofertes (66,5%).

6. PROMOCIÓ DEL COMERÇ

6.1. PREMI “BARCELONA, LA MILLOR BOTIGA DEL MÓN”

L'Ajuntament de Barcelona organitza anualment el Premi “Barcelona, la millor botiga del món”, amb l'objectiu de contribuir a la dinamització i promoció de la activitat empresarial comercial, així com a un millor coneixement del món del comerç de la nostra ciutat.

Aquest esdeveniment, creat l'any 1997, ha estat des dels seus inicis, un autèntic punt de trobada dels protagonistes del sector i constitueix un important aparador i vehicle de projecció del sector comercial cap a la societat barcelonina.

Enguany ha estat la 16a edició del Premi, amb la incorporació de dues noves categories en l'àmbit del comerç sostenible i el comerç cultural de proximitat.

Amb aquestes iniciatives es vol reconèixer l'esforç del sector per innovar i readaptar-se a les necessitats actuals, aconseguint així que Barcelona gaudeixi d'un comerç més competitiu, modern i atractiu per als ciutadans i per al sector turístic i empresarial internacional.

El jurat de la setzena edició del Premi Barcelona, la millor botiga del món, va acordar atorgar els guardons en les seves diverses modalitats a:

Premi a la millor iniciativa empresarial de l'any.

El Jurat ha atorgat el premi a les Fleques Santaglòria.

Convindrem que un dels productes comercials amb més llarga tradició és el pa. El grup Molí Vell ha transmès el seu tarannà empresarial, el seu ofici de forners i la seva concepció de la cultura del pa, al llarg de quatre generacions, adaptant-se, dia a dia, a les noves tendències.

En les seves pròpies paraules, cal reinventar-se. Fruit d'aquesta voluntat de renovació han adaptat els seus productes a un segment emergent del mercat, amb l'obertura l'any 2012 de diverses fleques Santaglòria, on juntament amb noves propostes de pa i brioxeria, han sabut crear ambients acollidors per a la seva clientela.



Premi a la millor iniciativa agrupada de dinamització comercial.

El Jurat l'ha atorgat a L'Escola Professional dels Oficis de la Carn.

La Fundació Oficis de la Carn, ha completat, durant l'any 2012, la renovació integral de les seves instal·lacions de formació.

Un dels grans reptes d'aquests oficis és el poder aportar valor afegit als seus productes. Seguint l'experiència d'altres països europeus, la figura de l'artesà xarcuter - cansalader requereix una formació específica que el sector no troba en els ensenyaments reglats. Per això des de la societat civil, s'ha endegat una tasca de formació continuada, que permet aconseguir bons professionals, d'acord a les demandes dels consumidors.



Menció Especial del Jurat

El jurat ha volgut concedir una Menció Especial a la Unió de Botiguers Congrés i Indians i a l'Eix Maragall per la seva iniciativa de col·laboració entre les dues entitats amb actuació en territoris limítrofs. La major experiència i potencial de l'eix Maragall ha servit de suport a les iniciatives de la Unió de Botiguers Congrés i Indians i aquesta ha portat saba nova al conjunt del territori.



Premi Albert González a la tasca de contribució del comerç de la ciutat

El jurat dels premis fent-se ressò del sentir de molts sectors del món del comerç de Barcelona, ha decidit, per unanimitat, que el premi a la tasca de contribució del comerç de la ciutat porti el nom d'Albert González.

Tots nosaltres, comerciants, associacions i entitats, autoritats, amics, difícilment podem pensar en un millor ambaixador del comerç de la ciutat que l'Albert, per la seva tasca i suport a la dinamització, per la seva dedicació a explicar arreu del món, i avant la lettre, la marca Barcelona, aplicada al comerç de la ciutat, pel seu compromís en escoltar-nos i aconsellar-nos en les nostres activitats.

Així doncs, el Jurat atorga el Premi Albert González a la tasca de contribució i coneixement del comerç de la ciutat en reconeixement a qui hagi tingut una llarga trajectòria de contribució, suport i dinamització del comerç a Vicenç Gasca, president de la Fundació Barcelona Comerç i de l'Eix comercial Sant Antoni i ex Vicepresident del Gremi del Comerç Tèxtil i Sastreria de Barcelona.

En Vicenç Gasca, veiem un gran impulsor de multitud de iniciatives de dinamització comercial de la ciutat. Per posar només dos exemples:

Portes endins amb un renovat esforç en la campanya de Nadal, amb una nova concepció de l'enllumenat i èxits com la pista de gel; i conduir, amb destresa, la confluència dels anhels dels diferents eixos comercials de la ciutat.

Barcelona enllà amb la seva presència i animació de l'Associació Vitrines d'Europa i en les seves trobades anuals en les que la nostra ciutat destaca per les seves aportacions.



Premi al model comercial sostenible.

Per a l'any 2013 les bases dels premis Barcelona la Millor Botiga del Món han establert dues noves modalitats: el model comercial sostenible i a l'establiment o iniciativa cultural de proximitat.

Premi al model comercial sostenible ha estat atorgat a Victoria Ibars.

En el seu establiment a la Vila de Gràcia, podem trobar-hi, i evidentment comprar, els productes de la seva creació artística i de fabricació exclusiva. Botons amb tot tipus de materials sostenibles, ceràmica, vidre, fusta, ós o banya. També trobarem objectes d'utilitat personal (bosses o moneders) i de decoració, fets amb la reutilització de material tèxtil que li aporten des del veïnat.

Trobar una segona vida als nostres objectes és, possiblement, un dels bons camins a la sostenibilitat.

Victòria anima també la vida comercial i social de proximitat al carrer Verdi i aquest any, segon centenari del naixement del músic, no podia ser aliè en l'animació comercial del seu carrer.



Premi al comerç cultural de proximitat

El Jurat l'ha atorgat a la Llibreria Documenta.

En uns moments en que els llibreters estan sotmesos a l'escomesa del comerç electrònic i també a l'aferissada competència de les grans corporacions, Documenta, situada al cor de Ciutat Vella, ha estat des de fa anys parada obligada dels lletraferits barcelonins.

Ara ha d'afrontar nous reptes de noves demandes que s'expressen a la ciutat, especialment en l'àmbit turístic i la pressió a que sotmet per a la reconversió cap a nous usos.

En aquest context, Documenta ha de continuar representant el referent de llibreter on, després de deixar-nos aconsellar, trobem allò que buscàvem.

En aquest sentit, en Josep Cots és al capdavant d'un equip que ha sabut construir un espai amable, que conjuga el suport a la creació literària amb l'impuls a l'afició lectora, com demostren les iniciatives creades durant el 2012, com ara el cicle “Vermut Documenta” o el “Mapa digital de lectures”.



Premi al millor establiment comercial.

Finalment, el Premi al millor establiment comercial que permet el reconeixement de la singularitat de nous establiments a Ribes i Casals.

Ribes i Casals és des de 1933 allà on les nostres avies, mares, mullers i ara fills, troben aquell teixit que precisen per qualsevol necessitat. El seu assortit la fa la botiga de referència en el sector no tan sols a Barcelona, si no, el jurat ho ha pogut constatar, a tot Europa.

Una visita a Ribes i Casals, permet veure les seves tres principals virtuts, coneixent la seva clientela. Des de famílies a professionals de la moda, del vestuari per espectacles, i per l'animació; Persones de totes les edats a la recerca de materials per l'autoconfecció de peces de vestir i de la llar; Totes les ètnies de la ciutat hi van per retrobar com vestir-se en les seves tradicions culturals originals.



6.2. CAMPANYA DE NADAL

Enllumenat

Les associacions de comerciants representatives del sector i l'Ajuntament de Barcelona col·laboren estretament per a la promoció del comerç urbà i de proximitat a través d'un conjunt d'iniciatives al voltant de les festes de Nadal, amb la finalitat de produir l'ambient i les condicions adequades en aquesta època i amb l'objectiu d'estimular la demanda en un dels moments més importants de l'activitat econòmica de l'any.

Per altra banda, l'enllumenat que guarneix els carrers de Barcelona contribueix a la promoció exterior de la ciutat, sent un factor clau per atraure el turisme internacional durant aquest període comercial.

La ciutat ha gaudit, a la darrera campanya de Nadal, d'uns 300 carrers il·luminats, en concret, 60 km d'il·luminació nadalenca, amb una potència de 734 kw. Gairebé la totalitat de les instal·lacions d'enllumenat nadalenc als carrers són de fil lluminós de LEDs, de darrera generació i de tecnologia sostenible, la qual cosa representa una important reducció de potència elèctrica i que alhora, aporta un llum més càlida a la via pública.

Amb l'objectiu de donar suport a aquesta iniciativa del comerç de Barcelona, l'Ajuntament impulsa una línia d'ajut a la campanya d'enllumenat nadalenc als carrers de la ciutat. Per primera vegada, l'any 2013, i amb la finalitat de millorar el tràmit de concessió, s'ha adequat el procediment a la normativa vigent en matèria de subvencions, iniciant una convocatòria de concurrència pública.

L'atorgament de les subvencions es condiona pel compliment de la finalitat d'interès general i tenen caràcter no devolutiu. La gestió de les subvencions s'efectua d'acord amb els principis de: publicitat, transparència, concurrència, objectivitat, igualtat, no-discriminació, eficàcia i eficiència.

Aquest procediment per a la concessió de les subvencions es tramita en règim de concurrència competitiva, d'acord amb allò que disposa l'article 22 de la Llei 38/2003, de 17 de novembre, general de subvencions, així com l'article 5.2.b) de la Normativa general reguladora de les subvencions municipals.

Subvencions enllumenat 2012-2013

| | 2012 | 2013 |
|--|---------|---------|
| Import | 900.638 | 950.000 |
| Entitats que han sol·licitat subvenció | 57 | 59 |

Acte d'encesa dels llums de nadal de ciutat.

Aquest desplegament de carrers il·luminats va anar precedit d'un acte central d'encesa, realitzat a l'avinguda Gaudí, davant del temple de la Sagrada Família. Un maping sobre un castell construït pels xicots de Vilafranca va servir per encendre els llums de Nadal.

6.3. CAMPANYES PUBLICITÀRIES

Les campanyes específiques continuen essent una aportació positiva al sector comercial, una eina que contribueix a potenciar el comerç de proximitat i que aconsegueix arribar a tots els barris de la ciutat.

Per una banda, s'ha mantingut la promoció general per afavorir i transmetre optimisme als comerciants i consumidors mitjançant les campanyes publicitàries: ràdio i anuncis em premsa i revistes especialitzades (Temps de viure i Cap Catalogne), insercions a les revistes de l'APPEC i monogràfic. Campanyes amb diferents productes de distribució a associacions i eixos comercials: 400.000 entrades al parc zoològic i 600.000 punts de llibre amb motiu de la Diada de Sant Jordi.

Per altra banda, es continua potenciant l'actual campanya de Nadal per donar confiança i incentivar el consum. Es potencia el model d'eixos comercials, donant suport a l'associacionisme amb actuacions col·lectives. I es col·labora amb els diferents gremis que posin en marxa campanyes de promoció.

Finalment, es promou el model de comerç de Barcelona per consolidar-la com la principal ciutat turística i de compres d'Europa i de l'eix del Mediterrani.

Campanya barcelona, botigues amb ànima

Durant l'any 2013 es dona suport a la campanya, Barcelona, Botigues amb ànima, per aconseguir una imatge del comerç eficient i innovador adaptat a les noves realitats.

Els seus objectius són:

- Potenciar el teixit comercial de proximitat destacant la seva àmplia oferta, rica i variada i de qualitat, que dóna resposta a les necessitats de la ciutadania i als visitants.
- Posicionar Barcelona, a nivell nacional i internacional, com una ciutat que aposta pel comerç de proximitat com a tret singular i diferencial en relació a l'oferta comercial d'altres ciutats.

- Consolidar la tendència de comprar al barri de residència.
- Crear un codi de comunicació unificat que treballi pel posicionament alhora que permeti comunicar les accions tàctiques dels eixos comercials i així aconseguir major notorietat.
- Senyalitzar i visualitzar els eixos comercials.

La campanya aconsegueix arribar a la ciutadania a través de diferents mitjans:

- Suports exteriors: Opis – Banderoles – leds.
- Senyalística: Torretes.
- Revistes.
- Inserció a revistes de proximitat i d'oci.
- Inserció en la revista Cap Catalogne.
- Banners premsa on line, webs pròpies.
- Presència als comerços, amb l'adhesiu distintiu.



6.4. PROGRAMA EL COMERÇ I ESCOLES

El programa es va iniciar el curs 2006-07 amb l'objectiu d'afavorir el coneixement de l'entorn cultural, social i històric mitjançant el comerç del barri i de la ciutat, i alhora educar per a un consum crític i responsable.

La proposta s'adreça als centres educatius d'infantil, primària i secundària, de Barcelona, que volen aprofitar les oportunitats pedagògiques que ofereix el fet de repensar el comerç i el consum a la nostra ciutat.

El programa els ofereix l'oportunitat de:

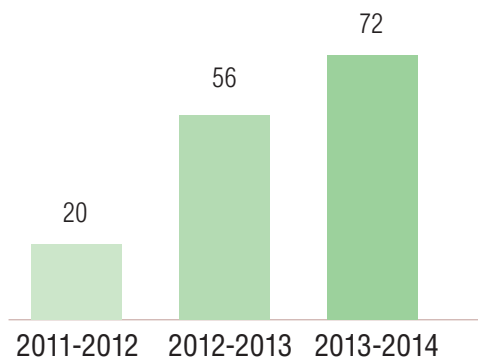
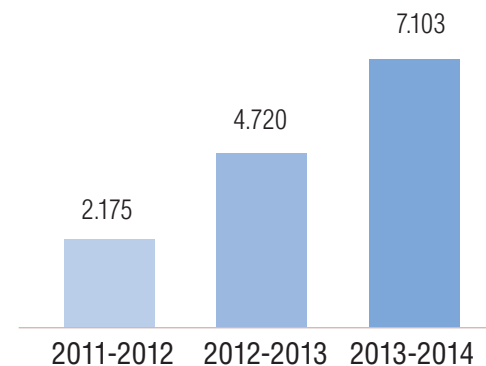
- Redescobrir la ciutat i conèixer les característiques més significatives del comerç de Barcelona.
- Valorar la diversitat dels comerços del seu entorn i els productes i serveis que aquests ofereixen.
- Elaborar criteris per a consumir de manera activa, crítica i responsable.

Pel curs 2013-2014, el programa ofereix:

- Visites guiades
- Premi punts de llibre
- Tallers sobre consum i publicitat
- 6a Mostra El Comerç i les Escoles

L'evolució dels últims tres cursos reflecteix la bona acceptació del programa entre els centres educatius.



Centres Educatius**Alumnes**

El seu creixement és degut principalment a l'increment de l'oferta de visites guiades a botigues i la seva diversificació dels tallers, en concret, s'ha passat de 22 comerços adherits a 45 i de 170 visites a 380.

| | Curs 2012-13 | Curs 2013-14 |
|-----------------------------------|--------------|--------------|
| Comerços | 22 | 45 |
| Visites | 170 | 380 |
| Visites en anglès | 2 | 4 |
| Comerços visites alumnat + 4t ESO | 5 | 15 |

L'objectiu de les visites és apropar a l'alumnat al comerç de barri i als diferents oficis, realitzant tallers pràctics oferts pels mateixos botiguers.

El premi punt de llibre consisteix en l'elaboració per part de l'alumnat de punts de llibre amb el tema central "comerç de proximitat". En aquest curs se seleccionaran 12 punts de llibres entre tots els participants i s'editaran 500.000 punts de llibre per distribuir entre tots els comerços de la ciutat.

Els tallers de consum i publicitat han estat una novetat molt exitosa en aquest curs, al mes de novembre de 2013 s'han cobert tots els tallers disponibles, en concret, s'han realitzat dos tipus de tallers: Necessito el que compro? I la Publicitat enganyosa.

Finalment, el 3 d'abril de 2014, al DHUB es va inaugurar la 6a Mostra el Comerç i Escoles, exposició on es mostra el comerç de proximitat en la seva vessant d'endinsar-se a les escoles i donar prestigi a l'ofici del comerciant. Aquesta exposició tindrà caràcter itinerant per apropar-se als diferents barris i districtes de la ciutat.



6.5. PLA DE PROTECCIÓ I SUPORT ALS ESTABLIMENTS EMBLEMÀTICS

L'any 1994 l'Ajuntament de Barcelona, a través de l'Institut Municipal del Paisatge Urbà i Qualitat de Vida, posa en marxa la campanya “Guapos per sempre” per distingir els establiments comercials històrics, anomenats també Botigues Emblemàtiques. Es van identificar més de 100 botigues a Barcelona.

Des d'aleshores, el mapa del comerç emblemàtic a la ciutat ha anat variant. Per això l'any 2012 la Direcció de Comerç i Consum va encarregar un estudi d'identificació i objectivació del concepte “comerç emblemàtic”, atenent a diverses categories de l'establiment, com són: façana-arquitectura, històrica, concepte de botiga, producte únic, antiguitat i/o notorietat.

El cens va classificar un total de 272 establiments com a “emblemàtics” o “destacats”. En un 40% d'aquests establiments, l'empresari-comerçant és també propietari del local comercial. En el 59% dels casos el règim és de lloguer sota el qual l'empresari-comerçant desenvolupa l'activitat econòmica actual. Dins d'aquest grup quasi bé un 60% disposa de “renda antiga”. Així doncs, aproximadament un 31% dels 272 establiments censats com a “emblemàtics” o “destacats”, els hi afectarà la caducitat de la disposició transitòria tercera de la LAU (Llei 29/1994).

Independentment del règim de lloguer, antic o nou, un 52% dels arrendataris van declarar que tindrien problemes en les renovacions durant el 2014.

En els darrers mesos, hem estat testimonis del tancament d'alguns d'aquests establiments. Molts són els motius per al tancament, tots ells de caràcter estrictament privat, entre ells:

- manca de successió
- inviabilitat de negoci, (hàbits de consum, competència més atractiva/eficient)
- pressió immobiliària, que suposa, en alguns casos, per al propietari un elevat cost d'oportunitat.

En alguns casos, no s'ha aconseguit mantenir intacte el patrimoni, almenys, arquitectònic. Degut a la diversitat i privadesa dels motius, podem afirmar que hi haurà establiments dels que no podrem evitar el seu tancament.

Per aquest motiu, l'ajuntament de Barcelona ha aprovat la Mesura de Govern del Pla de Protecció i Suport als Establiments Emblemàtics de la ciutat. Aquesta Mesura pretén aturar aquesta pèrdua irreparable, que de ben segur s'accentuarà amb motiu del final de la moratòria de la LAU.

La mesura, a banda de promoure la conservació de tants establiments emblemàtics com sigui possible, pretén que aquells locals que acabin cessant l'activitat actual, puguin romandre actius preservant tot el seu patrimoni arquitectònic i mobiliari, així com cercar noves ubicacions per aquelles activitats que, tot i essent rendibles, la nova quota de lloguer pot fer perillar la seva continuïtat. En resum, mantenir per a la ciutat i els seus ciutadans tant el seu patrimoni com la diversitat de formats comercials.

Durant l'any 2014, una comissió tècnica serà l'encarregada de desenvolupar aquest pla, que inclou incentius per a la conservació i manteniment dels establiments emblemàtics a través de l'Institut del Paisatge Urbà i també accions de promoció per donar a conèixer, tant l'arquitectura com l'activitat especialitzada d'aquest establiments, entre els ciutadans i turistes de la ciutat.

6.6. LA XARXA COMERCIAL DE LA CIUTAT DE BARCELONA

Els eixos comercials estan formats per associacions de comerços situats bé al voltant d'un carrer comercial o d'un centre de polaritat que actua com a focus d'atracció (com podria ser el cas d'un mercat o d'un gran centre). Aquests espais urbans perfectament delimitats actuen com a centres comercials a cel obert. A través de plans de dinamització conjunta coordinen les seves activitats els establiment que formen part de l'eix i, per tant, s'ofereix al ciutadà una oferta comercial continuada, plural i competitiva situada al seu propi barri.

Actualment, hi ha 21 eixos comercials a Barcelona on hi trobem més de 10.000 comerços urbans, representant gairebé la tercera part dels existents a la ciutat, als que s'han d'afegir més de 12.000 establiments del sector dels serveis.

Els eixos es troben repartits per tot el territori de la ciutat, presents a tots els districtes i a una gran quantitat de barris.

A l'hora una de les prioritats dels districtes municipals és la d'impulsar i donar suport al comerç de proximitat. La seva idea és generar llocs de treball, afavorir la cohesió social i donar vitalitat als carrers. Aquest repte es materialitza de forma personalitzada segons el tarannà de cada territori. www.bcn-cat/comerc



6.7. SUBVENCIONS AL COMERÇ

6.7.1 Subvencions de proximitat i promoció econòmica

L'any 2013 es preveu la concessió de subvencions a aquelles entitats que duguin a terme activitats relacionades amb el món del comerç a la ciutat de Barcelona. El procediment per a la concessió de subvencions es tramita en règim de concurrència competitiva, mitjançant la convocatòria de concurs públic.

Aquests ajuts econòmics són per fomentar activitats d'interès públic o social que dinamitzin el comerç urbà de proximitat i a través de la promoció de l'associacionisme comercial, ja sigui territorial o sectorial.

Les dades evolutives 2012- 2013 són les següents:

| Dades evolutives 2012-2013 | | |
|---|------------------|--------------------|
| | 2012 | 2013 |
| Entitats sol·licitants | 72 | 91 |
| Projectes presentats | 202 | 175 |
| Projectes exclosos | 17 | 23 |
| Àmbits temàtics: | | |
| - Accions de dinamització, comunicació i promoció comercial d'àmbit intern i extern | 73 | 85 |
| - Reforç estructures administratives | 43 | 48 |
| - Estudis d'afluència de visitants i hàbits de compra | 4 | 5 |
| - Accions formatives | 18 | 20 |
| - Foment d'afiliació a entitats associatives* | 47 | - |
| Import total destinat | 800.000.- | 1.200.000.- |

* L'àmbit temàtic del foment d'afiliació a entitats associatives no s'ha inclòs a la convocatòria 2013 per incompatibilitat en el procediment administratiu de la convocatòria general de ciutat.

6.7.2 Campanya promocional de dinamització en aquelles zones afectades per obres de llarga durada

Per tal de donar suport a les associacions de comerciants afectades per zones amb obres de llarga durada i amb la col·laboració dels districtes per valorar la situació del comerç en la zona, les associacions afectades han aportat les seves propostes i finalment el cost de les accions promocionals ha estat d'uns 260.000 € aprox. desglossats de la manera següent:

| ENTITAT | OBRA |
|-------------------------------------|--|
| Eix del Raval | Plaça i pàrquing plaça Gardunya |
| AC Born Comerç | Reforma entorn Born Centre Cultural |
| AC Sant Pere més baix | Reforma c. St Pere més baix (Plataforma única) |
| AC I Empresaris Gran Eixample | Nou Mercat Ninot |
| Sant Antoni Centre Comercial | Nou Mercat Sant Antoni |
| Eix comercial Nou Eixample | Rampa accés al pou extracció túnel LAV |
| AC Poble Sec I Paral·lel | Construcció plaça Pàrquing soterrani nou col·lector av. Paral·lel |
| AC La Marina Zona Franca | Estació de metro pg. Zona Franca (L9) |
| AC Entorn Mercats de Sants | Nou Mercat de Sants |
| Barnavasi | Remodelació rda. Gral. Mitre |
| AC Portal de la Llibertat de Gràcia | Obres FCG a la pl. Gal·la Placídia |
| AC Pl. Lesseps | Estació del Metro Lesseps (L9) |
| AC Sanllehy | Reurbanització pl. Sanllehy (L9) |
| AC Entorn Mercat Guinardó | ACEM UA3 Mercat del Guinardó |
| Fed. Assoc. Cor d'Horta | Reurbanització pl. Eivissa |
| AC Onze de setembre | St. Andreu-Sagrera AVE |
| AC Trinitat Vella | Reurbanització ctra. Ribes I altres |
| AC Sant Antoni M. Claret | Intercanviador de La Sagrera L9 Reurbanització St. Antoni M. Claret |
| Eix Maragall | Reurbanització pl. Mainada |
| AC Sagrera Activa | Intercanviador de la Sagrera L9 |
| AC Bon Pastor | Reurbanització nucli antic Bon Pastor |

Aquest ajut iniciat l'any 2012 pretén col·laborar amb les associacions de comerciants per tal de minimitzar els efectes de les obres sobre les zones comercials del seu entorn i contribuir a la dinamització comercial d'aquestes zones afectades.

6.8. COMUNICACIÓ: WEB I XARXES SOCIALS

L'any 2013 s'estrena un web de comerç, més accessible per les persones amb discapacitat, compatible amb diferents dispositius, més atractiu quant al disseny i amb algunes noves incorporacions:

A l'apartat de DESTACATS es mostren els projectes o esdeveniments més immediats. I les últimes notícies, a l'ACTUALITAT, on es difon tot allò relacionat amb el món del comerç a BCN. Les propostes lúdiques i de lleure que organitza el teixit comercial de la ciutat es podran consultar a l'AGENDA.

Alhora s'incorporen dos nous apartats: Tens un comerç? I Vols obrir un negoci? on es troben els tràmits a realitzar i els suggeriments d'unes bones pràctiques. Un altre apartat de XIFRES del comerç, dades actualitzades segons els resultats de les últimes enquestes.

Finalment, es destaca l'associacionisme comercial i el teixit comercial de que disposa la ciutat amb els 21 eixos comercials.

Respecte a les xarxes socials, s'aposta per tres eines Youtube, Flickr i Twitter, nous canals de comunicació que intentaran aproximar la informació més actual al comerciant. [@BCN_Comerc](http://www.bcn.cat/comerc)

7. INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS DE BARCELONA (IMMB) 2013

Barcelona i els mercats

Durant l'any 2013 s'ha pogut materialitzar una part important dels projectes del Pla d'Actuació Municipal (PAM) 2012-2015, que suposa una aposta municipal per continuar amb l'important impuls dels mercats que s'ha estat fent en els darrers anys.

Durant el 2013 s'ha donat continuïtat a diversos projectes de remodelació en marxa: nou mercat del Guinardó dins d'una illa d'equipaments, segona fase del mercat de Sant Antoni, i la darrera dels de Sants i Ninot. Com a molt destacat, s'han completat les obres del nou mercat Encants Barcelona-Fira de Bellcaire, obert al setembre i les remodelacions dels mercats de la Guineueta i Provençals els mesos de juny i juliol. Els mercats de Vall d'Hebrón i Bon pastor, després de les actuacions provisionals, han vist com s'encarregaven els seus projectes executius per ser desenvolupats properament i el mercat de Sant Martí inicia una reforma parcial.

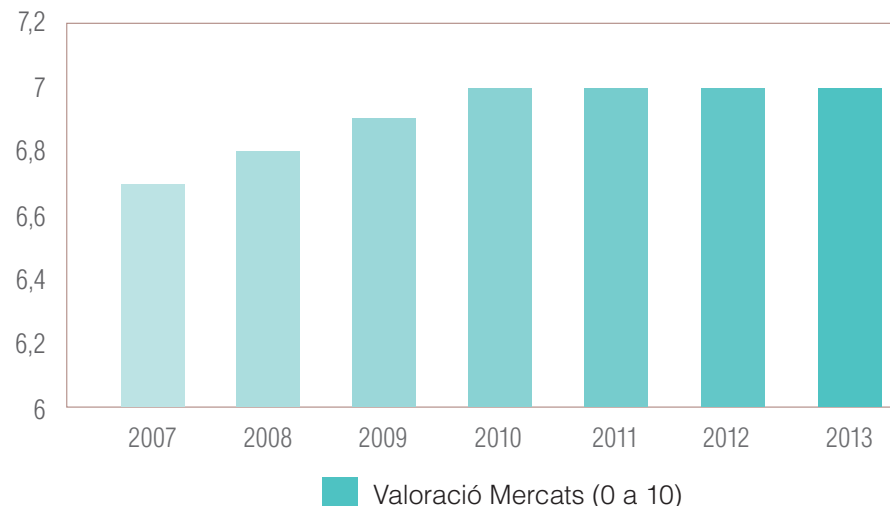
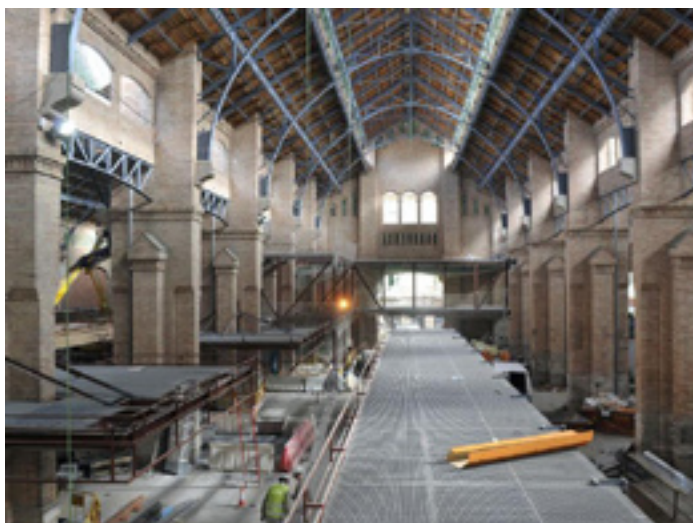
En finalitzar el 2013, s'han reformat 22 mercats i 7 més estan en procés de remodelació, un 70% del total de la xarxa de la ciutat.

Les reformes finalitzades han servit per crear un nou mix comercial i dotar els mercats de noves infraestructures, logística i nous serveis, com ara el servei a domicili, les noves tecnologies o el pagament amb tarja client, i l'ampliació horària entre d'altres.

La percepció ciutadana, reflectida anualment en l'Enquesta de Serveis Municipals, mostra l'evolució positiva que fan els barcelonins dels mercats, que han passat d'una puntuació de 6,3 l'any 2006 fins a una puntuació mantinguda en els darrers anys de 7.

Valoració dels mercats municipals

Els barcelonins avaluen amb una puntuació de 7 els mercats municipals, la nota més alta atorgada a un servei exclusivament municipal, només per darrere del Metro i les Biblioteques.

**Projectes més destacats****MERCAT DE SANTS**

Un cop acabades les pantalles del nou mercat i l'excavació de les plantes soterrades (una logística i una segona d'aparcament per a clients) que per les característiques estructurals de l'edifici ha precisat d'una complexa intervenció tècnica per tal de suportar els pilars al estar catalogat, s'han construït les diferents plantes per arribar a la cota de carrer. També s'han iniciat els treballs de coberta i condicionament de la planta comercial, juntament amb els treballs d'urbanització dels carrers de l'entorn, prioritant la peatonalització. Durant la primavera del 2014 s'espera inaugurar el nou mercat.

Condicionament planta mercat de Sants

MERCAT DEL NINOT

Com en el cas del mercat de Sants, el mercat del Ninot porta una dinàmica similar, ja que també s'han executat les pantalles del nou mercat i l'excavació de les plantes soterrades. Però en aquest cas, a diferència de Sants, la incorporació de l'autoservei es farà semisoterrada a la part central del nou edifici, i es soterrarà als dos laterals, la logística i l'aparcament per a clients. S'ha licitat i iniciat la darrera fase de l'obra en el 2013 que encara s'allargarà durant el 2014 per poder obrir el nou mercat a la primavera del 2015.

Plantes soterrades mercat del Ninot



Nou mercat Encants Barcelona

NOU MERCAT ENCANTS BARCELONA (Fira de Bellcaire)

Durant els anys 2011 a 2012 es van concloure les actuacions més importants sota rasant d'aquesta important construcció, consistents en la excavació de les plantes soterrades que encabiran la logística i l'aparcament de 300 places per a clients i s'han iniciat les obres en superfície i l'enlairament de l'espectacular cobert. El 2013 ha estat l'any d'enllestiment dels acabats, instal·lació de les botigues i parades prefabricats i trasllat definitiu el setembre, després d'unes reparacions de coberta i sistema de canalització els mesos de juliol i agost. El singular mercat ocupa un espai d'aproximadament 8.000 m² en una illa formada per la plaça de les Glòries, l'avinguda Meridiana, el carrer Castillejos i un carrer de nova creació, amb 280 comerciants, entre els que figura un restaurant, dos bars i sis establiments de menjar take away, com a novetat de la seva oferta.

MERCAT DE SANT ANTONI

L'actuació de remodelació del Mercat de Sant Antoni, per dimensió i complexitat, ha requerit al llarg dels darrers anys, aprofundir en tots els aspectes tècnics per tal d'enllestir el Projecte executiu definitiu i poder així iniciar la construcció de les pantalles a més de 40 metres de profunditat que han fet possible l'excavació i construcció de les plantes sotarrasant.

El 2013 ha estat important, ja que s'ha adjudicat la següent fase, d'excavació de les diferents plantes, a l'hora que s'han iniciat els treballs d'arqueologia que han de definir la magnitud de la conservació d'elements valuosos, que s'allargaran al 2014, per tal de preservar un dels baluards i contraescarpa de l'antiga muralla de la ciutat, que es troba parcialment sota l'actual mercat.



Treballs de formigonat del mercat de Sant Antoni

MERCAT DEL BON PASTOR

El mercat provisional va ser ubicat al Carrer de Sant Adrià, cantonada carrer Llinars del Vallès, en la proximitat de l'antic edifici del mercat (100 metres), que ha estat enderrocat durant el 2010. El solar alliberat s'ha urbanitzat, resultant un espai públic per gaudi del veïnat. El 2013 s'ha adjudicat el concurs per elaborar el projecte del nou mercat, que estarà enllestit durant el 2014.

MERCAT DE LA VALL D'HEBRON

El mercat de la Vall d'Hebron està en fase d'una remodelació. Com a pas previ a aquest procés, es van realitzar una sèrie d'actuacions de concentració d'establiments a la zona davantera del mercat, actualment en actiu. Durant l'any 2013 s'ha adjudicat el concurs per a la redacció del projecte per a la remodelació i condicionament total de l'edifici.



MERCAT DE LA GUINEUETA

El mercat de la Guineueta ha afrontat el 2013 la remodelació parcial, però de gran impacte per la importància de les actuacions, que inclou la introducció d'un autoservei de format mitjà, el trasllat de la zona de magatzems del mercat, la renovació comercial de la sala de vendes del mercat i les botigues exteriors, que també es traslladen, i finalment una nova façana que apropa més el mercat al Passeig Valldaura i dota al mercat de major atracció.

Remodelació del mercat de la Guineueta

MERCAT DE PROVENÇALS

De forma similar al mercat anterior, el de Provençals ha afrontat el 2013 una important remodelació parcial, la principal característica de la qual serà l'ampliació de l'edifici, tant a nivell de planta de mercat, com de logística i aparcament (a la coberta). Això ha permès encabir un autoservei mitjà, que funcionarà com a motor econòmic, i al mateix temps s'actualitzaran totes les instal·lacions de l'equipament, els seus accessos i la façana.

MERCAT DEL GUINARDÓ

Després de passar 4 anys en el mercat provisional, aquest 2013 han continuat les obres de la nova illa d'equipaments del Guinardó, que inclourà el nou mercat. Al mateix temps, en el complex, interactuaran un Centre d'assistència per a la gent gran i una escola Bressol entre altres equipaments, i s'urbanitzarà tot l'entorn, amb la creació d'una nova plaça oberta al veïnat. Es preveu poder inaugurar el nou mercat durant la tardor del 2014.

ALTRES

Al mateix temps s'han realitzat actuacions constants de manteniment i millora. Concretament, en el 2013 s'han realitzat fins a 71 actuacions singulars, sovint en instal·lacions internes o logístiques, imprescindibles per donar un bon servei, com cambres frigorífiques, muntacàrregues, etc, però també de millora del confort del ciutadà, aire condicionat o accessos. La inversió ha arribat enguany als 572.924 €



Animació virtual de la nova illa d'equipaments del Guinardó

Afluència de públic als mercats

Amb l'objectiu de fer un seguiment del nombre de visitants dels nostres mercats i la seva estacionalitat, l'IMMB realitza un seguiment mensual a partir d'aquells mercats remodelats on s'han instal·lat sistemes automàtics de comptatge de persones. Els resultats de 2013 han estat els que es recullen en els quadres següents.

Visitants als mercats municipals de Barcelona

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|---------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Gener | 5.158.784 | 4.835.121 | 4.972.194 | 4.635.581 |
| Febrer | 5.125.273 | 4.993.582 | 4.914.034 | 4.462.367 |
| Març | 5.494.161 | 5.721.707 | 5.386.086 | 4.860.439 |
| Abril | 5.267.198 | 5.381.896 | 4.862.867 | 5.075.502 |
| Maig | 5.052.283 | 5.521.977 | 5.201.769 | 5.105.826 |
| Juny | 4.968.812 | 5.412.944 | 5.287.323 | 4.982.115 |
| Juliol | 5.252.289 | 5.359.604 | 4.733.972 | 4.774.186 |
| Agost | 3.864.572 | 3.966.907 | 3.692.669 | 3.653.698 |
| Setembre | 4.982.534 | 5.472.683 | 4.579.737 | 4.646.755 |
| Octubre | 5.584.426 | 5.700.132 | 5.082.542 | 5.494.460 |
| Novembre | 5.239.658 | 5.430.936 | 4.998.738 | 5.076.594 |
| Desembre | 5.614.713 | 5.992.455 | 5.017.195 | 5.128.411 |
| Totals | 61.604.702 | 63.789.944 | 58.729.126 | 57.895.934 |
| Variació en % | | 3,5 | -7,9 | -1.4 |

Cal destacar l'evident estacionalitat en el nombre de visitants en funció dels mesos de l'any. En un context de crisi econòmica, però, ja plenament instal·lada, podem constatar que després d'un davallada accentuada al 2012, el 2013 s'ha comportat de forma més estable. Aquest fet és indicador d'una alta fidelització dels consumidors, i que la pèrdua de facturació soferta en els darrers anys no implica correlativament una pèrdua de quota de mercat.

Evolució visitants mercats 2010 - 2013



Rejoveniment d'operadors

El rejuveniment dels operadors suposa un impuls a una de les variables més sensibles per a la continuïtat competitiva dels mercats, el relleu generacional.

Canvis d'operadors

| Any 2013 | Traspassos intervius | Cessions pares fills | Cessions entre cònjuges | Traspassos mortis causa |
|-------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|-------------------------|
| Núm. expedients | 291 | 125 | 16 | 25 |
| Edat mitjana cedent | 51,52 | 64,92 | 51,4 | 71,32 |
| Edat mitjana cessionari | 45,76 | 37,4 | 50,0 | 49,5 |
| Diferencial | -5,8 | -27,6 | -1,4 | -21,8 |

Projectes internacionals

Marakanda

Donant continuïtat al 2012 i amb la projecció internacional del model Barcelona de mercats, l'Institut de Mercats de Barcelona ha mantingut la seva participació al 2013, junt a 10 ciutats més del nord i sud de la Mediterrània, del projecte Marakanda (ENPI). Liderat per la ciutat de Florència pels anys 2012-2014, Marakanda pretén crear un cluster amb l'objectiu de millorar la gestió dels mercats i l'intercanvi de bones pràctiques..

L'any 2013 ha suposat la posada en marxa del Pla d'Acció Local d'aquest projecte, on l'IMMB ha posat el mercat Encants Barcelona com a protagonista per la seva posada en marxa i la singularitat de la seva oferta i el seu impuls.

URBACT Markets

L'objectiu del projecte és estudiar i potenciar els mercats locals com a motors de desenvolupament urbà i regeneració econòmica local i sostenible, a partir del model de Barcelona, que actua com a líder en un context en el que la UE està programant les noves perspectives de finançament fins el 2020. Permetrà establir una estratègia conjunta amb moltes ciutats europees per situar els mercats en l'agenda prioritària d'Europa a dos nivells: situar-los en l'agenda política tant regional com de la UE, i obtenir finançament comunitari per adequar-los als reptes de consum i de ciutat del segle XXI.

L'any 2013 l'IMMB ha definit el seu Action Plan, consistent en la definició d'un Pla Estratègic 2015-2025 dels mercats municipals de la Ciutat, que es desenvoluparà durant el 2014 amb la participació de tots els agents implicats.

Assessoraments internacionals

S'han atès diverses demandes internacionals de cooperació i d'assessorament de gestió dels mercats municipals procedents de ciutats com: Lima, Medellín o Maputo que posicionen el Model Barcelona de Mercats com a un dels més valorats i de referència de gestió en el món.

Accions de promoció i responsabilitat social

Mercat de Mercats, la fira promocional de l'estil de vida saludable dels mercats de barri de Barcelona, és l'activitat anual més important per l'impacte mediàtic que assoleix. El 2013, el reconeixement ha arribat des de l'Acadèmia Catalana de Gastronomia que ha designat Mercat de Mercats com a l'esdeveniment gastronòmic de l'any. Aquesta va ser la IV edició de Mercat de Mercats, per on van passar unes 260.000 persones, amb un increment del 5% respecte a l'any passat.

Les activitats s'han incrementat a tots els mercats com, per exemple: el festival Festiu i l'Enrotlla't amb la pintada de persianes a l'Abaceria, les musclades de Sant Joan als Mercats de Sants i de la Concepció, o la participació dels mercats en el Seguici de Nadal.

Els Tast de Nit s'han estès a nombrosos mercats com les activitats més innovadores i han rebut una molt bona acollida dels veïns. El Mercat d'Horta en va ser pioner, i el van seguir el Mercat de la Mercè, les Corts, La Marina, Clot, la Llibertat, Sant Andreu i Sarrià.

Han celebrat l'aniversari, amb programes extensos d'activitats durant tot l'any, els mercats de la Llibertat, Concepció, Hostafranc, Sant Gervasi, Sagrada Família i la Marina.

Activitats que es celebren anualment com el Festivals Tradicionaris de Gràcia, La Fira del Comerç al Carrer d'Horta, FirAntoni o La Mostra de Mercats de Nou Barris es consoliden, repetint l'èxit d'anteriors edicions.

Les accions solidàries s'han multiplicat a tots els mercats que col·laboren amb entitats del barri i que tenen el seu punt màxim amb la Gran Recapta d'Aliments, que aquest 2013 va recollir 75.366 kg als mercats municipals. Cal destacar també la implicació que tradicionalment tenen els mercats en accions com la Marató de TV3, Oncolliga o Setmana Europea Contra el Càncer.

En aquest sentit, els mercats continuen amb la seva tasca de promoció del menjar saludable de proximitat, i de divulgació cultural i científica com es demostra en les activitats com: 48h Open House, la Promoció del consum Km0, tallers Enjoy Wine de promoció dels vins amb D.O., fires de productes catalans amb D.O., ...

En el marc del foment de la salut, associat al consum de productes de mercat, s'han portat a terme més de 30 activitats per exemple la campanya Oncolliga, X edició de la presentació de la Setmana europea contra el càncer, campanya Posa't la Gorra de l'Associació de familiars i amics de nens oncològics de Catalunya (AFANOC), les jornades cardiovasculars o les accions de sensibilització contra la Sida.

La responsabilitat ambiental també ha tingut la seva parcel·la en la que destaquen els Tallers de Cuina d'Aprofitament celebrats al llarg de la xarxa dels 39 mercats d'alimentació.

En la quarta edició dels premis "Els millors mercats del món" s'ha premiat Bacallaneries Masclans per la seva llarga trajectòria comercial iniciada el 1882 i el mercat de la Concepció, per l'interès mostrat per conèixer les opinions dels seus clients.

La promoció de bones pràctiques entre els comerciants s'ha canalitzat a través del Congrés anual de Mercats Municipals dedicat enguany a analitzar les eines per fer front a la crisi i el Pla de formació "Obert al futur" adreçat als comerciants.



Durant el 2013, als mercats municipals també s'han realitzat més de 260 activitats de promoció comercial.

Campanya especial de promoció Practica el Rasquing

Entre l'11 i el 24 de febrer tots els clients dels mercats de la ciutat van poder participar en 'Practica el Rasquing' la campanya de descomptes directes que per primera vegada es va portar a terme de manera unitària als 39 mercats d'alimentació i els Encants de Sant Antoni i que va repartir 150.000 euros en descomptes directes mitjançant butlletes de 'rasca-rasca'.

Comunicació

El 2013 es dona continuïtat al pla del Pla de dinamització comercial, iniciat a finals del 2010, com a estratègia de reactivació econòmica del comerç dels mercats de Barcelona i promoure l'estil de vida saludable, la qualitat, la professionalitat, etc...

Comunicació digital

Mercats de Barcelona ha fet un pas endavant de forma qualitativa i quantitativa en la comunicació de l'activitat dels mercats barcelonins i de l'Institut (IMMB) amb la creació i obertura d'un espai blog a Internet (bcn.cat/somdemercat). Un blog que promou la informació sobre les activitats socials que es produeixen als mercats i destaca el paper de comerciants, les característiques dels productes que s'hi venen i la relació dels mercats amb els ciutadans del barri en què es troba situat.

L'obertura a través de nous canals ha produït un increment d'usuaris o visitants. El web municipal de mercats ha tingut una mitjana de prop de 10.000 visitants mensuals. El blog, que està actiu des del passat mes d'octubre, ha permès arribar a altres 1.500 persones cada més, amb una tendència de creixement progressiu. S'han publicat un total de 171 notícies al web municipal i al blog, de les quals prop de 90 s'han creat directament per al blog. El web institucional puja lleugerament el número d'informacions publicades –80 davant les 70 de l'any passat-.

El blog bcn.cat/somdemercat es converteix a més en portal d'altres pàgines web com el dedicat al nou mercat dels Encants bcn.cat/encantsbarcelona, estrenat a finals de setembre i que conté informació relativa al funcionament del mercat, els serveis que ofereix, les activitats i sobretot promou comerços i comerciants.

Poc abans de l'estiu es va estrenar l'App de Mercats, a la qual els usuaris poden accedir des dels seus dispositius mòbils –telèfons i tauletes-, un fet que fa que Mercats, de nou, destaquï pel seu suport i promoció dels mercats a través dels sistemes més innovadors. L'App és de fet un buscador de mercats i informa de tots els seus serveis a més de recollir receptes, trucs i un joc. Des del mes de maig, hi ha hagut un total de 2.685 descàrregues acumulades.

Com a conseqüència de les novetats introduïdes en la comunicació durant l'any 2013, la interrelació amb les xarxes socials de Facebook, Twitter i Instagram i la posada en marxa d'un pla d'acció per al seu manteniment i millora de la comunicació, cal destacar un increment d'usuaris:

- A Facebook, Mercats de Barcelona ha passat de tenir 2.855 amics a 4.675
- A Twitter, l'increment ha estat de 4.711 seguidors el gener de 2013 a 7.574.
- A Instagram, mentre que a principis de 2013 hi havia 646 seguidors, a principis de 2014 el numero puja a 2.903.

Amb la intenció de promoure el coneixement i l'ús dels canals de comunicació oberts per Mercats de Barcelona, a través de la participació dels usuaris, al llarg de l'any 2013 s'han fet diversos concursos: un concurs de truites virtuals a través de Facebook, un concurs de preguntes i un de receptes a través de l'APP, la #HappyTapa a Twitter i el #mercatstyle a Instagram amb motiu de Mercat de Mercats.

Producció Audiovisual: es van realitzar un total de 39 vídeos sobre diferents activitats organitzades als mercats de la ciutat, dels quals 30 es van publicar en el canal de Youtube al servei de Mercats i altres 9 a Vimeo, una nova plataforma relacionada amb el blog de Mercats de Barcelona.

L'Infomercats i Newsletters

Mercats de Barcelona ha editat i distribuït 4 números de la revista Infomercats dirigida a tots els comerciants dels mercats barcelonins, amb una tirada de 7.500 exemplars. Es pot trobar també en versió digital al web infomercats.somdemercat.cat, gestionat per l'IMMB.

Mensualment, Mercats de Barcelona elabora una newsletter amb les informacions més destacades d'aquest període de temps i dirigida a totes les persones subscrites a la publicació i d'altres considerades d'interès per l'IMMB dins l'Ajuntament de Barcelona i els seus organismes.

Programes educatius

Des del curs escolar 2006-2007, l'IMMB disposa del programa educatiu “Per mantenir l'equilibri, menjo de mercat”. per a les escoles de Barcelona amb l'objectiu que els estudiants –els dos cicles de primària i els dos d'ESO- descobreixin els mercats i els seus productes. L'any 2013 ha comptat amb la participació de 77 centres escolars de la ciutat de Barcelona (dos més que el curs anterior) i 4.365 alumnes (un 5,05% més que l'any passat). Els programa contempla la realització de treballs a les aules abans i després de les visites als mercats, que acostumen a ser els més pròxims als centres escolars.

Enguany, l'Institut de Mercats de Barcelona i la Fundació FC Barcelona han signat un acord per vincular la campanya “Som el que mengem”, que impulsa el club català, amb els programes educatius per a les escoles de primària i secundària promoguts per Mercats de Barcelona. El desplegament de l'acord veurà la llum al llarg de 2014.

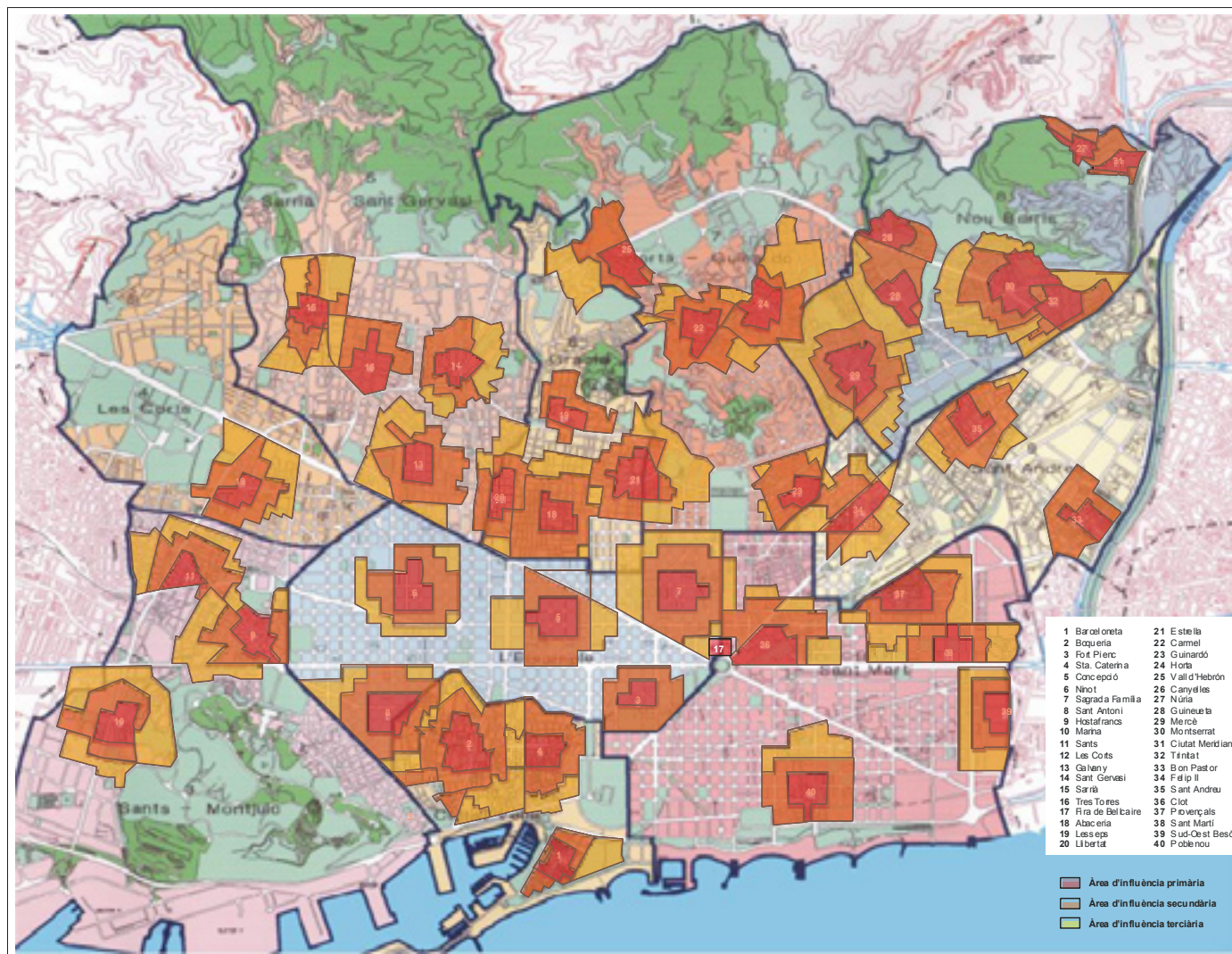
Mitjans de comunicació

El número de notícies publicades o difoses pels mitjans de comunicació relacionades amb els mercats i l'Institut ha augmentat. Dels més de 200 impactes que hi va haver l'any 2012, durant l'any 2013 es van generar 333 impactes, dels quals 103 els va recollir la premsa escrita, 115 la televisió, 52 les emissores de ràdio i 63 més per mitjans a la xarxa Internet.

L'IMMB ha mantingut la publicació de reportatges promocionals als diaris impresos, a més d'articles a 4 edicions de la revista Catalunya Fruïters. S'han realitzat 4 audiovisuals a Canal Català i s'han cedit imatges a productores de televisió i a BTV.

Cal esmentar que l'estrena del nou mercat dels Encants de Barcelona ha atret la publicació de molts articles i reportatges en tots els formats, tot destacant el documental produït per TV3 “Encants: diari d'un trasllat”.

Ubicació dels mercats municipals a Barcelona



8. EL COMERÇ ELECTRÒNIC

L'any 2013 continua l'expansió del comerç electrònic B2C a nivell mundial amb una facturació global de 1.173.500 milions d'euros segons Ecommerce Europe¹, fet que suposa un increment del 13,6% respecte a l'any anterior i mostra el seu gran potencial com a dinamitzador de l'activitat econòmica.

En termes de grans àrees geogràfiques, la regió Àsia-Pacífic es converteix en el mercat d'e-commerce més gran del món, amb un volum de negoci al canal B2C (Business-to-Consumer) de 406.100 milions d'euros el 2013 que supera els 363.100 milions d'euros d'Europa -que perd la primera posició respecte al 2013- i els 333.500 milions d'euros d'Amèrica del Nord.

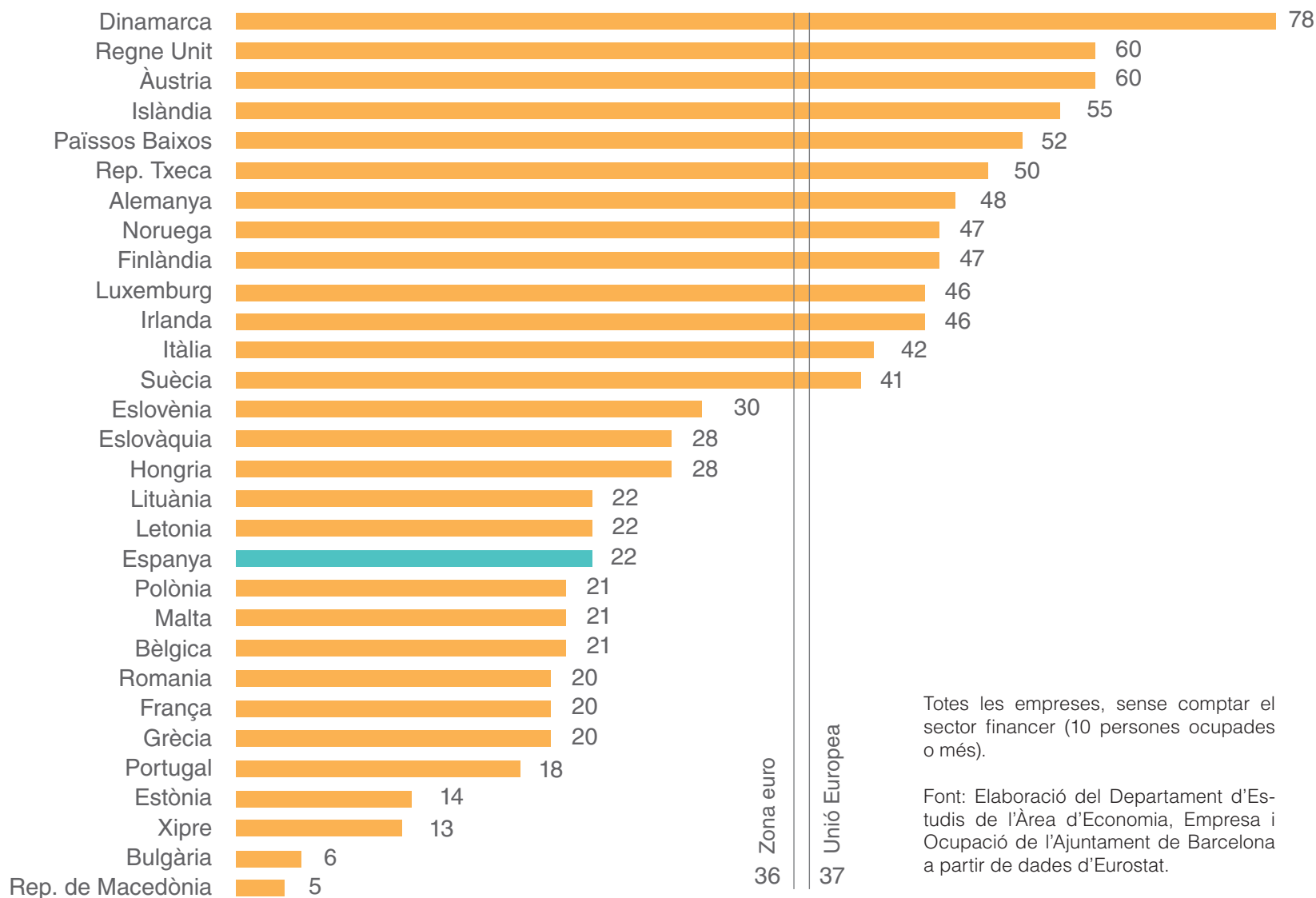
Per països, el mercat mundial està dominat pels Estats Units on, segons estadístiques del U.S. Census Bureau, el comerç electrònic minorista l'any 2013 va assolir els 264.279 milions de dòlars amb un increment interanual del 16,2%, de manera que per quart any consecutiu es va registrar un augment de dos dígit. Respecte al comerç al detall en conjunt, el B2C va representar el 5,8% del valor total de les vendes totals (0,6 punts percentuals més que el 2012).

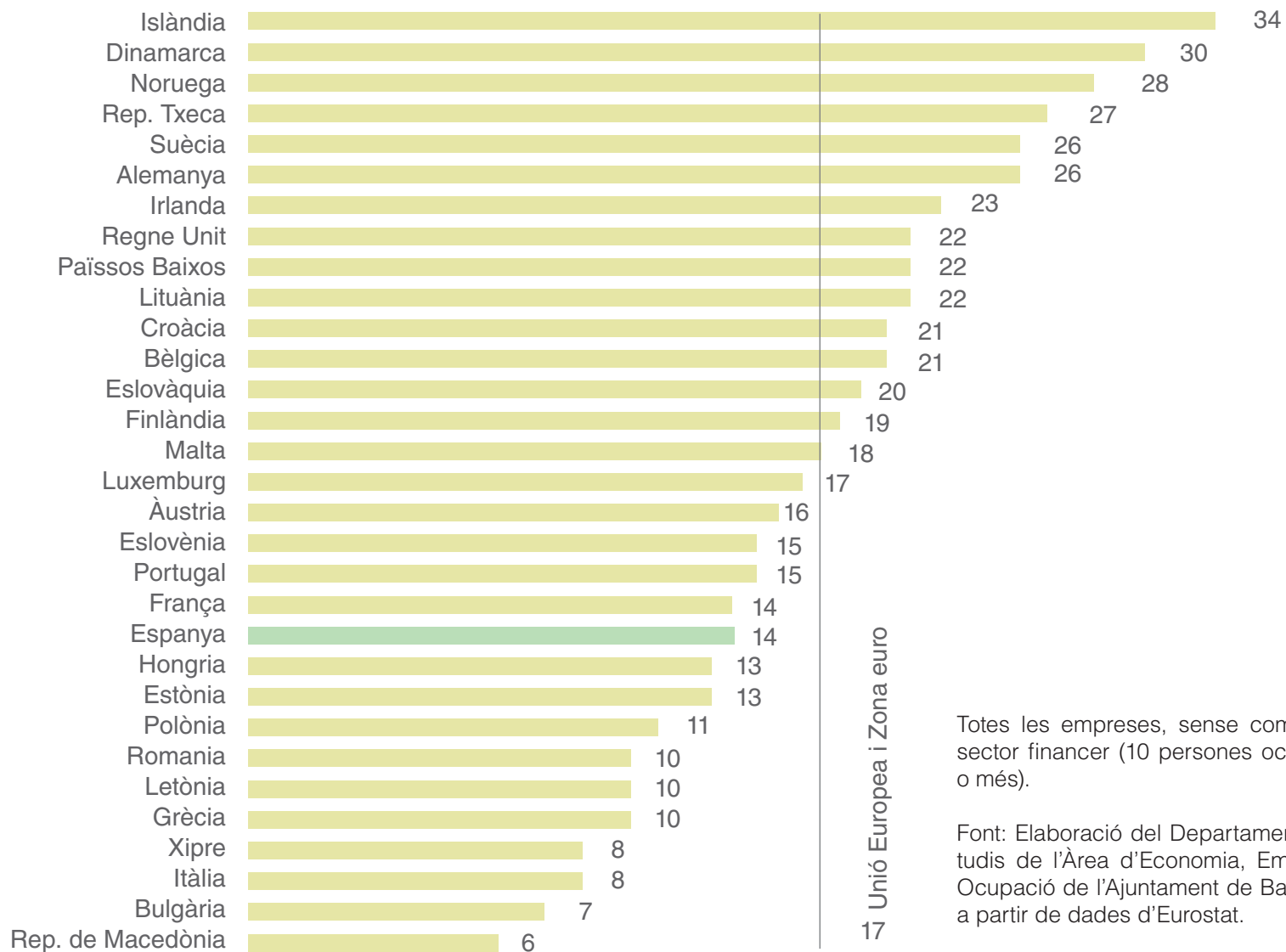
Aquesta tendència expansiva pel que fa a les dades globals del B2C també es reflexa en l'ús del comerç electrònic a Europa, ja que, segons dades d'Eurostat, a la Unió Europea el percentatge d'empreses que compra per Internet va ser del 37% l'any 2013 —tres punts més que l'any anterior—, fet que mostra una certa recuperació de l'ús empresarial de l'e-commerce en un moment en què les perspectives econòmiques mundials són més favorables que en anys precedents. De la mateixa manera, pel que fa a les vendes la mitjana europea augmenta un punt percentual i se situa en el 17% i el volum de facturació generat per aquest canal segueix creixent.

Respecte a les compres, com és habitual, els països del nord i centre d'Europa mostren percentatges d'ús de l'e-commerce clarament més elevats que la mitjana europea: Dinamarca lidera amb un 78% d'empreses que utilitzen aquest canal, seguida d'Àustria i Regne Unit (60%), que juntament

⁽¹⁾ Organització d'empreses i associacions professionals del sector. Veure ECOMMERCE EUROPE, Europe B2C Ecommerce Report 2014.

% d'empreses europees que han comprat per Internet i/o altres xarxes diferents d'Internet, al 2013



% d'empreses que venen per Internet i/o xarxes diferents d'internet. al 2013

Totes les empreses, sense comptar el sector financer (10 persones ocupades o més).

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades d'Eurostat.

amb Islàndia, Països Baixos i República Txeca conformen el grup de països on més de la meitat de les empreses compren per Internet. Pel que fa a l'evolució respecte a 2012, entre els països capdavanters destaquen els creixements de Regne Unit i Itàlia (+7 punts percentuals), República Txeca (+6 p.p.), Luxemburg (+5 p.p.) i Dinamarca (+4 p.p.), mentre que Alemanya, Finlàndia i Suècia experimenten reduccions interanuals d'aquest indicador.

Pel que fa a les vendes, Islàndia arrabassa el lideratge dels dos últims anys a Noruega i encapçala la llista amb més d'una tercera part d'empreses que venen per Internet (34%), seguida de Dinamarca (30%), Noruega, la República Txeca, Suècia i Alemanya (amb registres compresos entre el 25 i el 30%). La majoria dels deu primers països que encapçalen el rànquing experimenten un augment d'aquest indicador respecte a 2012, amb les excepcions d'Islàndia, Noruega i Suècia (on el seu valor disminueix) i Irlanda (on s'estabilitza).

Quant a Espanya, segons Eurostat l'any 2013 els percentatges d'empreses que compren i venen on line (22 i 14%, respectivament) queden per sota de les mitjanes respectives de la Unió Europea (en 15 i 3 punts percentuals, respectivament) i de la zona Euro (en 14 i 3 punts, respectivament).

Comerç electrònic de les empreses a Espanya

Segons l'Enquesta d'ús de TIC i comerç electrònic a les empreses de l'Institut Nacional d'Estadística², en el període 2013-2014 més de la quarta part de les empreses espanyoles de 10 o més assalariats (el 28,5%) han efectuat compres per comerç electrònic per un valor de 195.405,4 milions d'euros, el que representa un 21,7% de les compres totals i més de dues cinques parts (el 43,8%) de les realitzades pel grup d'empreses que fan adquisicions per correu electrònic.

Per grans sectors econòmics, els serveis assoleixen el major percentatge d'empreses que efectuen compres per Internet - el 32,2% del total, front al 23,8% de la indústria (amb un augment de gairebé 5 punts percentuals respecte al 2012) i el 22,0% de la construcció— i aporten més de la meitat

⁽²⁾ Darrera dada oficial disponible

del volum total de compres del comerç electrònic (el 52,3%) —augmentant també el seu pes en més d'1,6 punts percentuals—, mentre que la indústria representa el 47,4% i la construcció el 0,3% d'aquesta magnitud.

Pel que fa a les vendes, un 17,8% d'empreses utilitzen el canal on line, que a Espanya genera un volum de negoci de 195.443,0 milions d'euros i representa el 15,1% del total de vendes i més de la tercera part del de les empreses que utilitzen el canal electrònic (34,0%), un pes inferior al que té sobre les compres (43,8%). Així doncs, tot i que el nombre d'empreses que venen per comerç elec-

El comerç electrònic a les empreses* espanyoles, 2013-2014

Compres per comerç electrònic

| | % d'empreses que compren per comerç electrònic | Volum de compres comerç electrònic (milers euros) | Pes del comerç electrònic s/total de compres | % compres de com. elect. s/total de compres empreses que compren p. com. elect. |
|------------------------|---|--|---|---|
| Sector econòmic | | | | |
| Indústria | 23,8 | 92.638.865 | 22,0 | 40,5 |
| Construcció | 22,0 | 667.096 | 1,8 | 9,0 |
| Serveis | 32,2 | 102.099.404 | 23,0 | 48,5 |
| Total empreses | 28,5 | 195.405.365 | 21,7 | 43,8 |

Vendes per comerç electrònic

| | % d'empreses que venen per comerç electrònic | Volum de vendes comerç electrònic (milers euros) | Pes del comerç electrònic s/total de vendes | % vendes de com. elect. s/total de vendes empreses que venen p. com. elect. |
|------------------------|---|---|--|---|
| Sector econòmic | | | | |
| Indústria | 16,9 | 120.722.924 | 21,3 | 44,6 |
| Construcció | 2,4 | 376.799 | 0,6 | 29,3 |
| Serveis | 21,4 | 74.343.276 | 11,2 | 24,6 |
| Total empreses | 17,8 | 195.442.999 | 15,1 | 34,0 |

Font: Instituto Nacional d'Estadística. Enquesta sobre l'ús de TIC i comerç electrònic a les empreses

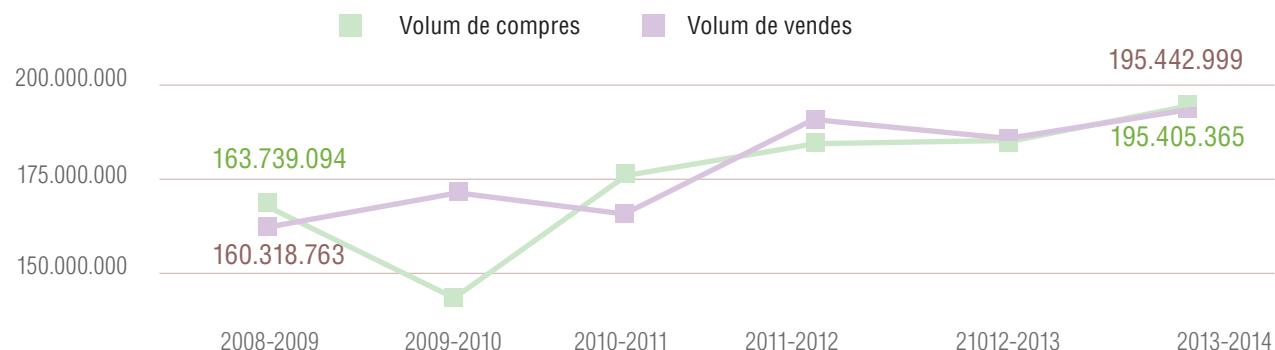
* Empreses de més de 10 treballadors

trònic és inferior al de les que compren, el valor econòmic d'aquestes vendes supera lleugerament el de les compres per tercer any consecutiu.

Per sectors econòmics, són de nou les empreses de serveis les que assoleixen un major percentatge d'ús d'aquest canal (21,4%), seguides de la indústria (16,9%) i la construcció (2,4%, que recupera 1,6 punts percentuals respecte al 2012); però, en contrast amb el que succeeix en l'àmbit de les compres, la indústria concentra la major part (el 61,8%) de la facturació total de vendes on-line i registra un volum superior al del sector terciari —que n'absorbeix el 38,0%—. Així mateix, el pes del comerç electrònic dins de les vendes del sector industrial (21,3%) és clarament superior al del conjunt del terciari (11,2%).

Respecte al període anterior, el 2013-2014 tant el volum de compres electròniques com el de vendes creixen significativament a l'Estat espanyol (amb variacions interanuals del +6,8 i el +6,7%, respectivament), fet que reflexa la progressiva millora que ha experimentat el sector comercial a partir de mitjans de 2013 i l'evolució a l'alça del percentatge d'empreses que compren i/o venen per Internet. Així, es reforça la tendència ascendent que el comerç electrònic experimenta des del 2008, que fa que les xifres de compres i vendes assolides al 2013 siguin un 19,3 i un 21,9% —en termes nominals— superiors, respectivament, a les assolides aquell any.

Volum de compres i vendes de comerç electrònic a Espanya (milers d'euros)



Font: Instituto Nacional de Estadística. Enquesta sobre l'ús de TIC i comerç electrònic a les empreses

* Empreses de més de 10 treballadors

Comerç electrònic de les empreses a Catalunya

D'acord amb l'enquesta d'Ús de TIC i del comerç electrònic a les empreses 2012-2013 de l'Institut d'Estadística de Catalunya, el 29,2% de les empreses amb 10 o més assalariats de Catalunya han comprat per comerç electrònic el 2012-13, dada que supera en 0,7 punts percentuals la mitjana espanyola. En el cas de les vendes el percentatge d'empreses és força inferior (15,4%) i se situa 2,4 punts percentuals per sota del percentatge estatal.

Comerç Electrònic a Catalunya 2012-2013

| | Microempreses | Empreses amb 10 o més assalariats |
|---|----------------|-----------------------------------|
| Total empreses | 422.507 | 24.751 |
| Compres a través de comerç electrònic (%) | 11,7 | 29,2 |
| Vendes a través de comerç electrònic (%) | 1,5 | 15,4 |

Font: Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació a partir de dades de l'Idescat

Per sectors d'activitat econòmica, prop de la tercera part de les empreses de serveis (31,1%), el 30,7% de les de la indústria (el que suposa un augment de 12,5 p.p. respecte a l'any anterior) i el 16,0% de les de la construcció efectuen compres a través de comerç electrònic. També en les vendes electròniques el sector terciari representa un percentatge d'empreses usuàries superior (un 18,9% del total, després d'haver disminuït en 4,7 p.p.), seguit de la indústria (14,6%) i —amb un registre molt més baix— la construcció (0,6%).

Comerç electrònic a Catalunya 2012-2013 per sector d'activitat de l'empresa**% empreses amb 10 o més assalariats**

| | Sector d'activitat | | |
|---|--------------------|-------------|---------|
| | Indústria | Construcció | Serveis |
| Compres a través de comerç electrònic (%) | 30,7 | 16,0 | 31,1 |
| Vendes a través de comerç electrònic (%) | 14,6 | 0,6 | 18,9 |

Font: Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació a partir de dades de l'Idescat

La facturació total de les compres per Internet de les empreses de 10 o més assalariats de Catalunya ha estat de 23.056,7 milions d'euros el 2012, el que equival al 12,1% de les compres totals i el 33,2% de les compres de les empreses que fan adquisicions per aquest canal. Les empreses industrials concentren més de la meitat de les compres electròniques amb 14.702,6 milions d'euros, que representen un 14,6% de les compres totals del sector i més d'una tercera part (35,2%) de les compres de les empreses que realitzen compres on line, mentre que entre les empreses dels serveis —amb 8.241,4 milions de compra per Internet— el valor d'aquests indicadors se situa en el 10,1 i el 30,8%, respectivament.

Per últim, la construcció presenta dades molt més moderades amb només 112,6 milions d'euros d'adquisicions per Internet, un 1,6% del total i un 11,4% entre les empreses que compren pel canal electrònic.

Pel que fa a les vendes, la facturació supera la de les compres electròniques —tal com succeeix a Espanya— i assoleix 37.296,7 milions d'euros. Per sectors, la indústria ocupa el primer lloc tant pel que fa al volum de venda —amb 24.239,0 milions i un 65,0% del total facturat pels tres sectors— com pel percentatge de vendes que s'hi realitzen per aquest canal (17,6%). El pes que representen aquest tipus de vendes entre les de les empreses que venen per comerç electrònic és del 47,3%.

Compres a través de comerç electrònic de les empreses de 10 assalariats o més. Catalunya 2012-2013
Segons el pes que representen les compres a través de comerç electrònic i sector d'activitat

| | Compres per comerç electrònic (milers d'euros) | Sobre les compres totals (%) | Sobre les compres d'empreses que han comprat per comerç electrònic (%) |
|--------------------|---|---|---|
| Indústria | 14.702.635 | 14,6 | 35,2 |
| Construcció | 112.606 | 1,6 | 1,4 |
| Serveis | 8.241.459 | 10,1 | 30,8 |
| Total | 23.056.699 | 12,1 | 33,2 |

Font: Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació a partir de dades de l'Idescat

Vendes a través de comerç electrònic de les empreses de 10 assalariats o més. Catalunya 2012-2013.
Segons el pes que representen les vendes a través de comerç electrònic i sector d'activitat.

| | Vendes per comerç electrònic (milers d'euros) | Sobre les compres totals (%) | Sobre les compres d'empreses que han comprat per comerç electrònic (%) |
|--------------------|--|---|---|
| Indústria | 24.239.024 | 17,6 | 47,3 |
| Construcció | 173.564 | 1,4 | 62,1 |
| Serveis | 12.884.074 | 10,3 | 28,6 |
| Total | 37.296.662 | 13,5 | 38,6 |

Font: Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació a partir de dades de l'Idescat

Les empreses de serveis facturen 12.884,1 milions d'euros, el que representa un 10,3% de les vendes totals del terciari i més d'una quarta part (28,6%) de les de les empreses que utilitzen aquest canal de venda. La construcció presenta novament els indicadors més discrets pel que fa a l'import de les vendes (173,6 milions d'euros) com al percentatge que representen sobre el total facturat pel sector (un 1,4%), mentre que se situa com el sector on les vendes a través del comerç electrònic representen més pes sobre les vendes totals de les empreses que venen per Internet (el 62,1%).

Comerç electrònic a Catalunya 2012-2013

Per dimensió de l'empresa

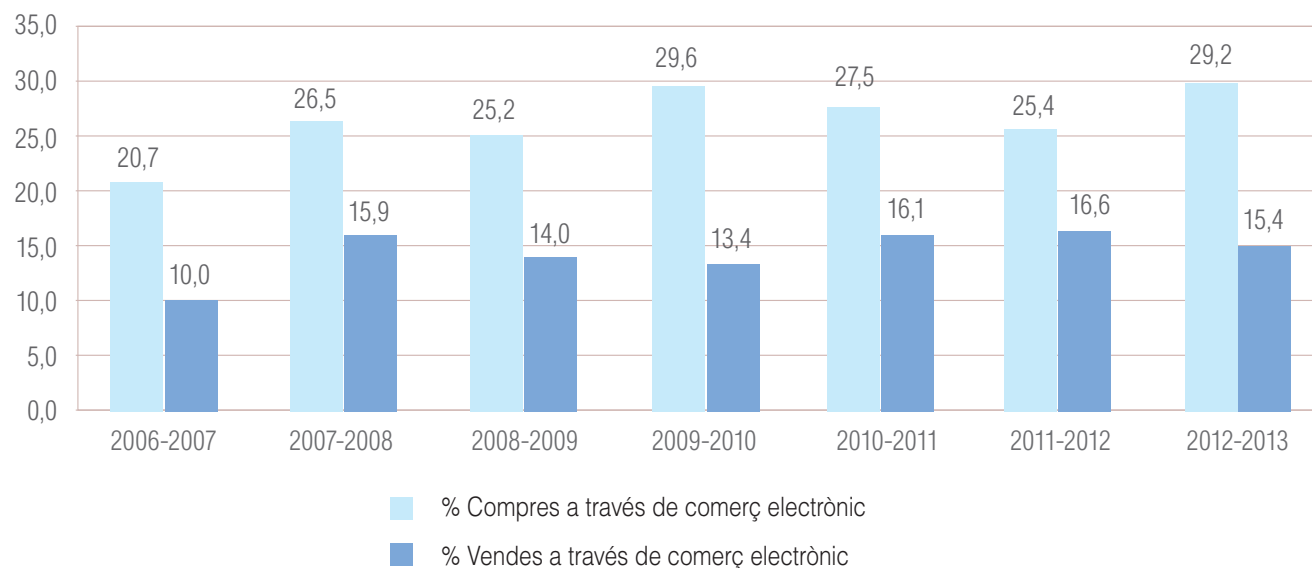
| Dimensió de l'empresa | | | | | |
|-----------------------------------|----------------|--------------------|---------------------|----------------------|-----------------------------------|
| | Microempreses | De 10 a 49 ocupats | De 50 a 249 ocupats | De 250 ocupats o més | Empreses amb 10 o més assalariats |
| Total empreses | 422.507 | 20.800 | 3.356 | 596 | 24.751 |
| Compres per comerç electrònic (%) | 11,7 | 27,8 | 35,9 | 39,1 | 29,2 |
| Vendes per comerç electrònic (%) | 1,5 | 12,3 | 30,8 | 39,1 | 15,4 |

Font: Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació a partir de dades de l'Idescat

L'ús del comerç electrònic presenta una forta correlació positiva amb la grandària de l'empresa: així, entre les empreses de més de 250 ocupats el percentatge d'ús d'aquest canal per a comprar assoleix un remarcable 39,1%, dada que se situa per sobre de la mitjana de la Unió Europea i de la Zona Euro. Més d'un terç de les empreses de 50 a 249 ocupats (35,9%) i més de la quarta part de les de 10 a 49 ocupats (27,8%) fan també adquisicions per mitjans electrònics, mentre que entre les microempreses només un 11,7% realitza compres on line.

Finalment, en l'evolució de l'ús del comerç electrònic per part de les empreses de més de 10 treballadors a Catalunya es constata que el 2012-2013 representa el segon valor més alt del percentatge d'empreses que compren per aquest canal de la sèrie històrica -després del de 2009- i suposa un augment des del 2005 de 8,4 punts percentuals. Per contra, el percentatge d'empreses que venen per Internet es redueix 1,2 punts percentuals respecte al 2012 -any en què es va assolir el màxim del període analitzat-, tot i que des de l'any 2005 ha registrat un augment de 4,7 punts.

Compra i venda electrònica en empreses amb 10 assalariats o més a Catalunya



Font: FOBSIC i Idescat a partir de dades de l'INE.

Comerç electrònic a les llars de Catalunya

L'any 2012, 2.031.524 catalans —el 34% de la població de 15 a 74 anys— han comprat per Internet, la qual cosa suposa un increment del 4,5% respecte a l'any anterior, segons el que es desprèn de les dades que publica l'Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) a les llars de Catalunya.

El col·lectiu masculí segueix encapçalant les compres per Internet (50,4%), tot i que la diferència amb el pes del femení (49,6%) es redueix a tan sols 0,8 punts percentuals. Per edats, la població entre 25 i 44 anys absorbeix el 56,5% de les compres. D'altra banda, els consumidors on-line són en gran majoria de nacionalitat espanyola (90,2%), si bé el percentatge d'estrangers usuaris (9,8%) experimenta un augment (+2,4 p.p.) respecte a l'any anterior.

Quant al nivell d'educació, la població amb estudis universitaris és la que realitza més compres per Internet (41,8% del total). Les dades mostren també que més de dues terceres parts dels compradors es troben en situació d'ocupats (68,1%), dels quals un 84,7% treballen per compte aliè. Entre el col·lectiu que no treballa, el nombre d'aturats (46,3%) supera el d'estudiants en la compra per Internet (33,8% del total). Els pensionistes o les persones que es dediquen a les feines de la llar assolixen percentatges netament inferiors al seu pes poblacional.

Quant als tipus de productes adquirits per Internet, els viatges i allotjaments de vacances són els més sol·licitats amb un 42,1% dels compradors —tot i que aquest percentatge és 10,5 p.p. inferior al de 2012—, seguits de la roba i el material esportiu (35%) -amb un increment interanual de 8,4 p.p.—, les entrades a espectacles (33,3%) —que experimenten un descens de gairebé 11 p.p.— i els productes per a la llar (23,6%). Els productes amb menys demanda on-line són les accions, assegurances i altres serveis financers i els jocs d'ordinador i videoconsoles.

Perfil dels compradors per internet a Catalunya. 2013

| | | Persones que han comprat per Internet en els darrers 12 mesos | Pes s/ el total (en %) |
|------------------------------|---------------------------------|--|------------------------|
| Sexe | Home | 1.022.893 | 50,4 |
| | Dona | 1.008.631 | 49,6 |
| Edat | De 16 a 24 | 287.359 | 14,1 |
| | De 25 a 44 | 1.148.329 | 56,5 |
| | De 45 a 64 | 552.549 | 27,2 |
| | De 65 a 74 | 43.287 | 2,1 |
| Per nacionalitat | Espanyola | 1.832.535 | 90,2 |
| | Estrangera | 198.989 | 9,8 |
| Per nivell d'educació | Educació primària | 98.256 | 4,8 |
| | 1a etapa d'educació secundària | 242.935 | 12,0 |
| | 2a etapa d'educació secundària | 531.931 | 26,2 |
| | Formació professional superior | 309.822 | 15,3 |
| | Educació superior universitària | 848.581 | 41,8 |
| Per situació laboral | Ocupat/ada | 1.382.887 | 68,1 |
| | Treballador per compte aliè | 1.170.850 | 84,7 |
| | Treballador per compte propi | 212.037 | 15,3 |
| | No treballador | 648.637 | 31,9 |
| | Aturat/ada | 300.364 | 46,3 |
| | Estudiant | 219.293 | 33,8 |
| | Jubilat o prejubilat | 75.340 | 11,6 |
| | Incapacitat permanent | 13.924 | 2,1 |
| | Feines de la llar | 32.182 | 5,0 |
| | Una altra situació laboral | 7.534 | 1,2 |
| CATALUNYA | | 2.031.524 | 100,0 |

Font: Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i comunicació a les llars catalanes. FOBSIC i Idescat a partir de dades de l'INE.

Productes o serveis adquirits per internet els darrers 12 mesos a Catalunya 2013

En percentatge sobre el total de compradors

| | | Productes per a la llar | Pel·lícules, música | Llibres, revistes, etc. | Roba o material esportiu | Jocs d'ordinador i vídeo consoles | Altres programari d'ordinador | Material informàtic ▶▶ |
|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------|------------------------|----------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| Sexe | Home | 19,1 | 7,4 | 14,0 | 33,2 | 6,8 | 14,1 | 22,1 |
| | Dona | 28,3 | 3,4 | 11,8 | 36,7 | 1,9 | 3,4 | 5,3 |
| Edat | De 16 a 24 | 7,4 | 2,9 | 12,1 | 36,1 | 7,8 | 7,8 | 17,1 |
| | De 25 a 34 | 29,8 | 11,8 | 10,1 | 31,2 | 7,2 | 8,1 | 15,6 |
| | De 35 a 44 | 24,0 | 2,8 | 15,0 | 48,1 | 2,2 | 9,0 | 13,4 |
| | De 45 a 54 | 31,9 | 4,7 | 8,6 | 22,4 | 2,5 | 11,0 | 13,8 |
| | De 55 a 64 | 13,9 | 0,9 | 22,0 | 27,9 | 1,2 | 7,8 | 8,0 |
| | De 65 a 74 | 21,8 | 5,3 | 19,9 | 25,1 | 5,5 | 5,5 | 0,0 |
| | | | | | | | | |
| Per nivell d'educació | Educació primària | 29,9 | 5,0 | 0,0 | 21,3 | 0,0 | 0,0 | 14,0 |
| | 1a etapa d'educació secundària | 24,4 | 6,7 | 10,7 | 37,1 | 6,6 | 4,8 | 19,8 |
| | 2a etapa d'educació secundària | 18,6 | 6,7 | 14,6 | 32,2 | 7,3 | 10,2 | 13,7 |
| | Formació professional superior | 22,5 | 0,9 | 8,8 | 43,2 | 4,2 | 6,4 | 14,5 |
| | Educació superior universitària | 26,3 | 5,9 | 15,5 | 34,7 | 2,4 | 10,9 | 11,8 |
| Per situació laboral | Treballador manual | 18,0 | 6,1 | 12,1 | 35,4 | 4,8 | 12,0 | 15,1 |
| | Treballador no manual | 25,6 | 7,4 | 14,2 | 39,2 | 3,1 | 9,1 | 18,5 |
| | Aturat/ada | 37,6 | 2,7 | 8,4 | 31,7 | 2,7 | 1,9 | 10,2 |
| | Estudiant | 4,3 | 0,0 | 8,3 | 23,5 | 4,5 | 3,9 | 11,2 |
| | Jubilat o prejubilat | 15,4 | 3,0 | 24,4 | 21,9 | 6,1 | 3,2 | 7,6 |
| | Feines de la llar | 16,2 | 0,0 | 26,9 | 29,2 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| | Altra situació laboral | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Catalunya | | 23,6 | 5,4 | 12,9 | 35,0 | 4,3 | 8,8 | 13,8 |

Font: Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i comunicació a les llars catalanes. FOBSIC i Idescat a partir de dades de l'INE.

Productes o serveis adquirits per internet els darrers 12 mesos a Catalunya 2013

En percentatge sobre el total de compradors

| | | ►► Equipament electrònic | Accions o valors, assegurances, etc. | Viatges o allotjament de vacances | Productes alimentaris | Entrades per a espectacles | Altres productes |
|----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|---|--------------------------------------|--------------------------|-------------------------------|---------------------|
| Sexe | Home | 19,7 | 4,7 | 40,3 | 15,1 | 34,3 | 16,4 |
| | Dona | 11,0 | 1,2 | 43,9 | 15,9 | 32,3 | 18,3 |
| Edat | De 16 a 24 | 15,1 | 0,0 | 36,7 | 10,3 | 30,1 | 19,4 |
| | De 25 a 34 | 17,2 | 4,1 | 39,3 | 16,8 | 38,8 | 23,2 |
| | De 35 a 44 | 15,9 | 2,6 | 40,9 | 17,0 | 30,5 | 19,8 |
| | De 45 a 54 | 15,3 | 5,6 | 43,9 | 17,8 | 34,1 | 8,3 |
| | De 55 a 64 | 10,8 | 0,6 | 60,9 | 9,2 | 28,9 | 5,0 |
| | De 65 a 74 | 8,5 | 0,0 | 33,1 | 20,4 | 36,4 | 25,4 |
| Per nivell d'educació | Educació primària | 45,7 | 0,0 | 27,5 | 5,1 | 18,3 | 7,4 |
| | 1a etapa d'educació secundària | 15,8 | 4,4 | 29,7 | 5,2 | 35,2 | 20,4 |
| | 2a etapa d'educació secundària | 13,8 | 2,0 | 38,3 | 15,0 | 26,8 | 14,5 |
| | Formació professional superior | 16,6 | 5,0 | 52,3 | 15,2 | 35,5 | 13,5 |
| | Educació superior universitària | 12,3 | 2,7 | 46,0 | 20,0 | 37,7 | 20,8 |
| Per situació laboral | Treballador manual | 18,0 | 3,1 | 51,4 | 20,1 | 32,8 | 21,6 |
| | Treballador no manual | 7,7 | 4,0 | 44,9 | 17,4 | 38,0 | 17,2 |
| | Aturat/ada | 11,1 | 0,0 | 27,4 | 11,2 | 18,7 | 17,5 |
| | Estudiant | 19,6 | 0,0 | 35,5 | 4,9 | 34,7 | 10,0 |
| | Jubilat o prejubilat | 13,5 | 7,6 | 53,2 | 19,6 | 28,5 | 11,5 |
| | Feines de la llar | 11,9 | 0,0 | 32,5 | 29,0 | 13,7 | 13,3 |
| | Altra situació laboral | 0,0 | 0,0 | 76,3 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Catalunya | | 15,4 | 2,9 | 42,1 | 15,5 | 44,0 | 17,3 |

Font: Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i comunicació a les llars catalanes. FOBSIC i Idescat a partir de dades de l'INE.

El percentatge d'adquirents masculí supera clarament el femení en material informàtic, equipament electrònic, altre programari informàtic, jocs d'ordinador i videoconsoles, pel·lícules i música i en accions i assegurances. En canvi, el col·lectiu femení supera el masculí en l'adquisició de viatges i allotjament de vacances, roba o material esportiu, productes per a la llar i productes alimentaris. Per situació laboral, entre els ocupats predominen les compres de viatges i allotjaments seguites de la roba o material esportiu, que alhora és el producte més adquirit pel col·lectiu d'aturats després dels productes destinats a la llar. En el cas dels estudiants que compren per Internet, els articles o serveis més demandats són els viatges i serveis d'allotjament seguits de les entrades per a espectacles (en els dos casos pels volts del 35% de les compres realitzades). Les persones que es dediquen a les feines de la llar concentren les seves compres electròniques en allotjament de vacances (32,5%) -el qual és també el producte més demandat pels pensionistes (53,2%), juntament amb les entrades per a espectacles (28,5%)-, roba o material esportiu (29,2%) i productes alimentaris (29%).

Comerç electrònic a Barcelona

Segons dades de l'Òmnibus Municipal de desembre de 2013, el 54,6% dels barcelonins ha adquirit productes per Internet en alguna ocasió, el que suposa un notable augment de 15,7 punts respecte a l'any anterior i el valor més elevat de la sèrie estadística. Així, aquest indicador recupera la tendència ascendent registrada des de l'inici de la sèrie l'any 2000, que només s'havia vist interrompuda el 2009 i –de forma més significativa– el 2012. El 2013 la proporció d'homes que usen aquest canal per a la compra (63%) supera amb escreix al de dones (47%) i, com ve succeint al llarg dels anys, predominen els usuaris d'edat compresa entre 16 i 44 anys i procedents dels districtes amb major nivell de renda, tot i que el percentatge de Ciutat Vella supera el de Les Corts.

Evolució de la compra per Internet a Barcelona, 2013



Font: Enquesta Òmnibus Municipal. Direcció de Comerç i Consum. Desembre 2013.

A més del bon registre de la dada de participació en el comerç electrònic el 2013, l'enquesta revela que el seu ús s'ha tornat més habitual, ja que el percentatge de persones que afirmen comprar per Internet de forma ocasional descendeix en 6,5 punts percentuals fins a situar-se en el 67,4%, alhora que augmenta en 3,9 p.p. l'ús del comerç electrònic cada dues setmanes (5,6%) i en 1,6 p.p. la utilització amb freqüència mensual (15,1%).

Evolució de la freqüència de compra per internet a Barcelona (2005-2013)

| (%) | 2005 | 2011 | 2012 | 2013 | Variació 05/13 |
|---------------------------|------|------|------|------|----------------|
| Setmanalment | 3,0 | 3,1 | 2,8 | 3,4 | 0,4 |
| Cada dues setmanes | 1,7 | 3,3 | 2,6 | 5,6 | 3,9 |
| Mensualment | 13,5 | 14,5 | 12,3 | 15,1 | 1,6 |
| Cada dos mesos | 7,4 | 9,6 | 7,7 | 8,3 | 0,9 |
| Ocasionalment | 73,9 | 69,3 | 74,0 | 67,4 | -6,5 |

Font: Enquesta Òmnibus Municipal. Direcció de Comerç i Consum de l'Ajuntament de Barcelona.

Per productes, els viatges perden la seva posició habitual com a producte més demandat a favor de la informàtica i la telefonia. Així, mentre que la compra de viatges per Internet decreix en 8,9 p.p. respecte al 2012 i se situa en el 23,2%, la informàtica i la telefonia augmenten la seva presència en 11,7 p.p. i assoleix un 31,8% de les compres per Internet. Altres productes àmpliament adquirits a través de la xarxa són la roba i el calçat (28,7%) i els llibres (15,1%). Respecte a l'any 2005, destaca especialment el creixement en 21,3 punts que experimenta el percentatge d'usuaris que compren roba i calçat per via electrònica.

L'any 2013 es va crear a Barcelona el clúster estratègic del comerç electrònic Ecommerce & Tech Barcelona amb el recolzament de Barcelona Activa i l'objectiu de consolidar un sector emergent i dinàmic com és el de l'e-commerce. Una vintena d'emprenedors d'empreses amb presència internacional a més de 40 països impulsen el clúster digital esmentat, entre les quals s'hi troben eDreams, Privalia, Softonic, Let's Bonus, Inspirit, ITnet, Rakuten o "la Caixa" —que va passar a

Productes o serveis adquirits per internet a Barcelona (2005-2013)*

| (%) | 2005 | 2011 | 2012 | 2013 | Variació 05/13 |
|------------------------------------|------|------|------|------|----------------|
| Viatges | 36,5 | 33,1 | 32,1 | 23,2 | -13,3 |
| Roba, calçat | 7,4 | 23,5 | 22,4 | 28,7 | 21,3 |
| Informàtica i telefonia | 23,0 | 16,9 | 20,1 | 31,8 | 8,8 |
| Llibres | 13,5 | 14,9 | 12,9 | 15,1 | 1,6 |
| Entrades espectacles | 9,6 | 13,4 | 15,9 | 9,6 | 0,0 |
| Aliments | 13,0 | 12,5 | 9,0 | 7,0 | -6,0 |
| Altres productes quotidians | 3,5 | 7,7 | 5,4 | 5,9 | 2,4 |
| Parament de la llar | 3,5 | 7,5 | 7,5 | 9,4 | 5,9 |
| Música | 10,4 | 6,4 | 5,1 | 3,8 | -6,6 |
| Altres lleure | 9,6 | 3,1 | 1,5 | 2,5 | -7,1 |
| Altres | 3,0 | 1,8 | 2,8 | 7,4 | 4,4 |

* Dades de desembre de cada any

Font: Enquesta Òmnibus Municipal. Direcció de Comerç i Consum (Ajuntament de Barcelona).

formar-ne part recentment—; empreses que compten amb una facturació de més de 5.000 milions d'euros i que van donar feina a més de 5.000 professionals. Un exemple concret del potencial de creació d'ocupació del sector és la inauguració de les noves oficines de l'empresa eBay Enterprise al districte 22@ el setembre de 2014, un projecte que ha comptat amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona i de la Generalitat -a través d'Invest in Catalònia d'ACCIÓ10- i es preveu que podrà crear més de 100 nous llocs de treball amb l'expansió de la seva divisió a Barcelona, que ofereix serveis de màrqueting digital i de comerç electrònic a altres empreses.

Es tracta, doncs, d'una iniciativa estratègica per a la ciutat, amb una forta interrelació amb altres sectors claus pel desenvolupament econòmic de Barcelona i la seva projecció internacional —com són la logística, el turisme, el comerç o la mobilitat—, i que aspira a situar Barcelona com la capital emergent del comerç electrònic al sud d'Europa.

9. BARCELONA CIUTAT DE COMPRES INTERNACIONAL

L'any 2013, Barcelona es consolida de nou com a ciutat de compres sent la primera destinació d'Espanya pel que fa a la despesa internacional amb targetes de crèdit emeses a l'estranger.

El total de la despesa ha anat augmentant en el transcurs de l'any fins a arribar a una mitjana del 27,12% sobre el total de l'import i un increment sobre l'any 2012 d'un 28,72%. Aquest total duplica per sobre, a la segona província espanyola que és Madrid. Per tant, continua doblant la capital de l'estat.

El comerç continua sent la principal despesa per sobre del transport, hotel i restauració en aquest ordre. Això vol dir que l'oferta de Barcelona atrau i respon a les necessitats dels nostres visitants que fa que prefereixin comprar per davant de totes les altres activitats.

Si mirem les mateixes dades per mesos, cal dir que creix un 15% la despesa de gener i febrer respecte al 2012 i amb una pujada significativa en els mesos de maig, agost, setembre, octubre, novembre i desembre d'un 28% d'increment de mitja. Com és habitual, en el segon semestre hi trobem una despesa superior especialment durant els mesos d'estiu.

Pel que fa al nostre client, majoritàriament, és europeu amb un 73,6%, sent França el primer mercat amb una participació del 17,84% sobre el total i un increment del 29,49% respecte a l'any anterior. Segueix Itàlia amb una representació de l'11,05% i el Regne Unit amb un 7,65% però amb un alt creixement sobre el 2012 d'un 46,08%.

Segueix Amèrica del Nord amb un 10,3% amb increment dels EUA d'un 17,96 respecte a l'any passat i Canadà d'un 12,47%.

Segueixen en els següents llocs països extracomunitaris com Rússia i Suïssa amb més d'un 40% d'increment i els asiàtics que suposen un 8,4% del total, destacant Xina i Japó.

Espanya - Compres per província - 2013

| | Import Ops. | % s/total | % incr. s/2012 |
|------------------|--------------------------|---------------|----------------|
| Barcelona | 3.069.305.249,73 | 27,12 | 28,72 |
| Madrid | 1.242.653.785,26 | 10,98 | 18,03 |
| Illes balears | 1.102.508.187,73 | 9,74 | 29,25 |
| Girona | 845.668.182,06 | 7,47 | 9,44 |
| Màlaga | 775.077.436,89 | 6,85 | 21,94 |
| Alacant | 724.028.355,66 | 6,40 | 49,63 |
| Tenerife | 521.424.714,70 | 4,61 | 46,37 |
| Gran Canària | 498.783.581,21 | 4,41 | 48,65 |
| Tarragona | 246.773.079,32 | 2,18 | 18,23 |
| País Valencià | 224.231.874,47 | 1,98 | 24,03 |
| Guipúscoa | 215.490.346,22 | 1,90 | 5,36 |
| Càdis | 129.321.697,62 | 1,14 | 7,95 |
| Sevilla | 122.045.345,08 | 1,08 | 15,14 |
| Lleida | 119.660.573,87 | 1,06 | -5,81 |
| Múrcia | 106.113.557,23 | 0,94 | 28,79 |
| Granada | 79.709.871,70 | 0,70 | 20,03 |
| Castelló | 75.675.434,22 | 0,67 | 28,28 |
| Navarra | 72.943.946,31 | 0,64 | 52,73 |
| Biscaia | 67.818.829,74 | 0,60 | 21,74 |
| Almeria | 47.033.896,32 | 0,42 | 22,28 |
| Total 20 primers | 10.286.267.945,34 | 90,89 | 25,89 |
| Total | 11.316.333.944,79 | 100,00 | 25,89 |

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de despesa internacional amb targetes de crèdit emeses a l'estranger.

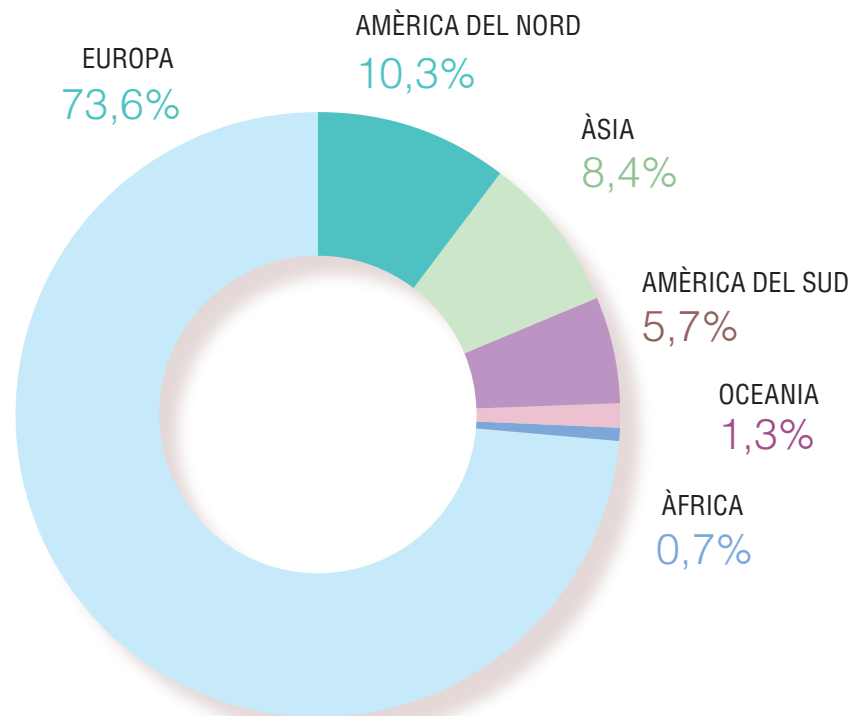
Barcelona - Compres per països - 2013

| | Import Ops. | % s/total | % incr. s/2012 |
|------------------|-------------------------|---------------|----------------|
| França | 547.644.060,60 | 17,84 | 29,49 |
| Itàlia | 339.030.391,51 | 11,05 | 15,44 |
| Regne Unit | 234.872.502,28 | 7,65 | 46,08 |
| Estats Units | 230.799.388,26 | 7,52 | 17,96 |
| Rússia | 212.580.633,68 | 6,93 | 44,92 |
| Alemanya | 178.824.988,30 | 5,83 | 39,28 |
| Suïssa | 108.383.348,00 | 3,53 | 42,41 |
| Països Baixos | 108.357.977,57 | 3,53 | 2,76 |
| Bèlgica | 72.811.014,71 | 2,37 | 14,78 |
| Noruega | 54.423.170,57 | 1,77 | 35,65 |
| Suècia | 53.426.142,90 | 1,74 | 29,33 |
| Xina | 53.041.153,83 | 1,73 | 71,21 |
| Argentina | 50.322.976,28 | 1,64 | 71,92 |
| Brasil | 49.106.115,75 | 1,60 | 0,26 |
| Àustria | 39.203.758,35 | 1,28 | 32,87 |
| Canadà | 38.438.766,40 | 1,25 | 12,47 |
| Japó | 38.062.989,91 | 1,24 | 6,11 |
| Dinamarca | 36.942.558,93 | 1,20 | 7,36 |
| Austràlia | 34.442.539,02 | 1,12 | 22,52 |
| Portugal | 34.351.106,46 | 1,12 | 11,18 |
| Total 20 primers | 2.515.065.583,31 | 81,94 | 27,15 |
| Total | 3.069.305.249,73 | 100,00 | 28,72 |

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de despesa internacional amb targetes de crèdit emeses a l'estranger.

Amèrica del Sud suposa un 5,7% del total de la despesa remarcant Argentina amb una de les pujades més altes sobre el 2012 d'un 71,92% i Brasil que es manté.

Veient la taula, cal dir que els dos mercats amb més pujada foren Xina i Argentina, sense oblidar els altres països extracomunitaris.

DESPESA DEL TURISME INTERNACIONAL. Barcelona 2013

En el seu dia, això va fer que Turisme de Barcelona es plantegés l'opció d'oferir als residents fora de la Unió Europea, el servei de devolució de l'IVA Tax Free en efectiu al downtown, en ple centre de la ciutat. Es un reemborsament de diners en efectiu en la moneda local abans d'anar a l'aeroport i així , poder gastar-los al moment a la mateixa ciutat.

Aquest servei començà el 2009 i fou la primera vegada que s'utilitzava a l'Estat espanyol, fora dels aeroports i també el primer cop que es feia servir a Europa en una oficina d'informació turística.

La devolució de l'IVA es va fer a la nostra Oficina d'Informació Turística de Plaça de Catalunya acceptant xecs de Global Blue i en la seu central de Turisme de Barcelona al Passatge de la Concepció, 7-9 amb xecs de Global Blue i Premier Tax Free.

**Devolució de l'IVA a extracomunitaris.
Oficines de Turisme de Barcelona (Plaça de Catalunya i Passatge de la Concepció*)**

| | 2012 | 2013 |
|------------------------------|--------------|---------------|
| Despesa (€) | 9.733.258,58 | 20.466.058,13 |
| Reemborsament en efectiu (€) | 1.012.726,27 | 2.691.085,10 |
| % | 10,40 | 13,10 |

* Oberta des de Novembre de 2012

Font: Global Blue, Premier Tax Free i Turisme de Barcelona.

Devolució de l'IVA a extracomunitaris.
Oficines de Turisme de Barcelona (Plaça de Catalunya i Passatge de la Concepció*)

| País de procedència | Despesa 2013(€) | % |
|---------------------|----------------------|---------------|
| 1. Rússia | 5.421.327,42 | 30,7 |
| 2. Xina | 1.491.212,94 | 8,4 |
| 3. Brasil | 896.523,97 | 5,1 |
| 4. Argentina | 877.072,85 | 5,0 |
| 5. Israel | 692.130,52 | 3,9 |
| 6. Estats Units | 589.314,67 | 3,3 |
| 7. Singapur | 523.921,90 | 3,0 |
| 8. Veneçuela | 452.407,44 | 2,6 |
| 9. Ucraïna | 435.518,63 | 2,5 |
| 10. Turquia | 375.418,53 | 2,1 |
| Total top 10 | 11.754.848,87 | 66,6 |
| Total | 17.653.504,11 | 100,00 |

* Oberta des de Novembre de 2012

Font: Global Blue i Turisme de Barcelona.

Els resultats han estat molt positius. El total de reemborsament el 2013 en els dos punts de devolució fou de 2.691.085,10€. Això vol dir, un 13,1% de reemborsament en efectiu sobre la despesa. Hi ha un increment en la despesa d'un 110,3% respecte al 2012 donat l'obertura d'un segon punt de devolució en el mes de novembre del 2011 i també per l'acceptació dels xecs de Premier Tax Free.

Segons fonts de Global Blue i Turisme de Barcelona, el primer país en utilitzar aquest servei fora Rússia amb un 30% i en aquest ordre segueix Xina, Brasil, Argentina, Israel, EUA, Singapur, Veneçuela, Ucraïna i Turquia.

L'adaptació en relació amb els preus de l'oferta i la demanda així com l'oferta del prestigi de marques i l'entorn urbà són components que sedueixen novament als turistes i visitants estrangers a l'hora de fer shopping a la ciutat i, molt especialment, en el Barcelona Shopping Line consolidat com a un tot eix comercial, únic al món, que barreja l'atractiu cultural arquitectònic, comerç, gastronomia i serveis.

Tot i les bones xifres cal no adormir-nos i enfortir el 2014 per ésser més competitius i tenir més capacitat d'atracció de la demanda internacional; seduir-la i fer que les seves rendes vagin cap a les botigues introduint cada vegada una millor prestació de servei i posar especial èmfasi en la informació, i promoció. Aquí és on Turisme de Barcelona hi juga un fort paper dins del programa Barcelona Shopping Line, on la promoció és imprescindible en un mercat tan competitiu com l'actual, en què les grans capitals del món aposten per atraure els mercats BRIC i d'alt nivell adquisitiu.

A part de les accions promocionals que fa Turisme de Barcelona com fires, presentacions, workshops, visites comercials, famtrips i presstrips cal parlar del web i de la distribució del plànol del Barcelona Shopping Line com a dos elements indispensables i claus en la promoció del programa.

El web, que és una minisite exclusiva del BSL potencia la marca i enforteix la notorietat de l'apartat de compres explicant les característiques diferents de Barcelona com a ciutat del shopping internacional i promociona tot el col·lectiu de botigues membres que en formen part en 8 idiomes. És una web molt visual que fa evident a través dels seus vídeos i imatges, l'experiència de la compra en la ciutat.

Pel que fa al plànol del BSL es van fer un total de més de 476.000 exemplars distribuïts als nostres més de 20 punts d'informació turística de la ciutat i aeroport, terminals de creuers, accions promocionals, als hotels i centres d'interès turístics a través del servei de l'empresa Van Cart, congressos específics i encartament especial amb la revista Prestige als creueristes.

Edita:

Ajuntament de Barcelona
Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació
Direcció de Comerç i Consum

Col·laboració:

Direcció d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació
Turisme de Barcelona
Institut Municipal de Mercats

Producció, disseny i maquetació:

Equip de Producció



**Ajuntament
de Barcelona**